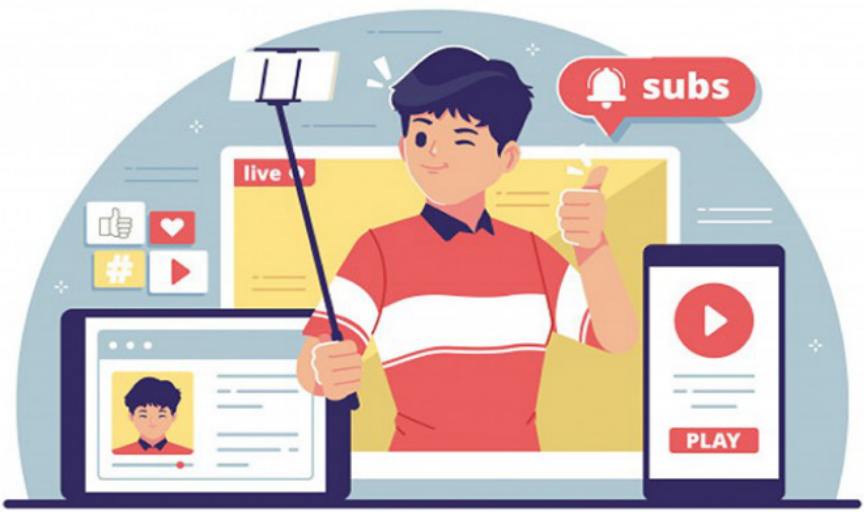
XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU QUA KÊNH YOUTUBE



Duong Kobo's Book Club

Tủ sách Kỹ thuật số
dành cho
Kindle & Kobo

SCAN TO JOIN

Lời nói đầu

Ryan, cậu bé 7 tuổi đã trở nên nổi tiếng toàn thế giới với kênh Youtube review của mình. Đây là điều có lẽ bản thân cậu cũng như bố mẹ của mình chưa từng tưởng tượng đến vào thời điểm năm 2015, khi họ mới mở ra kênh Youtube riêng cho con trai để cậu bé Ryan 3 tuổi khi ấy thỏa mãn đam mê review các loại đồ chơi mà mình yêu thích. Theo thống kê từ tạp chí Forbes, Ryan hiện là triệu phú kiếm được nhiều tiền nhất từ Youtube với doanh thu 6 tháng đầu năm 2019 đạt 22 triệu USD. Ryan cũng là cậu bé nhỏ tuổi nhất trong danh sách 10 Youtuber kiếm được nhiều tiền nhất thế giới từ trang mạng xã hội này.

Đến thời điểm hiện tại, làm Youtube không chỉ là thú vui nữa, nó đã trở thành nghề kiếm sống, hốt bạc tỷ cho hàng triệu người trên thế giới, và Việt Nam cũng không ngoại lệ. Tại Việt Nam, cũng có không ít những gương mặt Youtube triệu đô.

Đọc đến đây, có phải bạn cho rằng đó là câu chuyện của số ít thôi, ngoài kia có hàng triệu người làm Youtube khác phải bỏ cuộc giữa chừng, xôi hỏng bỏng không hay thậm chí còn lỗ vốn. Bạn nghĩ rằng những người làm Youtube thành công như thế phải có tài ăn nói trước đám đông, giỏi làm video hay giỏi công nghệ lắm. Thậm chí phần nhiều có cả yếu tố may mắn trong đó nữa. Hay nói thì dễ chứ làm mới khó. Thế nhưng, bạn có biết, rất nhiều trong số họ khi mới bắt đầu làm Youtube cũng không có hiểu biết nhiều về video hay công nghệ. Vậy điều gì đã giúp họ thành công với trang mạng xã hội này và họ đã làm thế nào để có được những thành tựu đó? Bạn sẽ tìm thấy câu trả lời cho mình trong những nội dung được đề cập ở cuốn sách này. Không thể khẳng định rằng, đọc xong cuốn sách này là bạn sẽ thành công với Youtube. Nhưng ít nhất nó sẽ giúp bạn giải đáp câu hỏi mình nên bắt đầu từ đâu, mình có thể làm gì và nên tránh điều gì khi làm Youtube. Khi ấy, bạn sẽ thấy mục tiêu kiếm tiền và việc làm giàu từ Youtube, hay thậm chí trở thành triệu phú nhờ trang mạng xã hội này không

còn là điều quá xa vời hay viển vông nữa.

CUỐN SÁCH NÀY MANG LẠI CHO BẠN ĐIỀU GÌ?

Tiếp nối những ấn phẩm thành công của MZ Book, chúng tôi xin tiếp tục gửi đến quý độc giả cuốn sách **Xây dựng thương hiệu qua kênh Youtube**. Cuốn sách được ra đời với mục đích giúp bạn đọc hiểu rõ hơn về cách xây dựng một thương hiệu trên Youtube - kênh tìm kiếm video lớn nhất trên thế giới đồng thời có số lượng người theo dõi khá ổn định, duy trì ở mức rất cao, hiện chỉ đứng sau Google.

Cuốn sách bao gồm 7 chương, mỗi chương sẽ cung cấp cho bạn những kiến thức, thông tin hữu ích để bạn có thể tự tin từng bước xây dựng nên một kênh Youtube thành công, chia sẻ cho mọi người sở thích, điểm mạnh, hiểu biết của bạn nhằm giúp ích cho cộng đồng; tạo dựng được thương hiệu, sức ảnh hưởng cũng như kiếm thêm thu nhập từ kênh truyền thông này.

Đọc *chương đầu tiên* của cuốn sách bạn sẽ hiểu được những khái niệm tổng quan về Youtube như: Youtube là gì, thống kê nhân khẩu học người dùng qua Youtube; một số điều thú vị có thể bạn chưa biết về Youtube và những lợi ích mang lại cho người dùng từ kênh truyền thông này.

Mục đích chủ yếu mà bạn nên tự xây dựng cho mình một kênh Youtube riêng là những gì được đề cập trong *Chương II*. Đọc xong chương này, bạn sẽ hiểu được Youtube là phương tiện tuyệt vời để xây dựng thương hiệu cho doanh nghiệp và cá nhân một cách nhanh chóng, hiệu quả với khối lượng người xem trực tuyến đông đảo, khả năng tạo các quảng cáo viral, nhắm đúng đối tượng khách hàng và trên tất cả là chi phí cho hoạt động quảng cáo được tiết kiệm tối đa. Bên cạnh đó, bạn cũng sẽ nắm được ba cách kiếm tiền thông qua kênh này, đó là: Bán sản phẩm trên Youtube, Tham gia vào mạng lưới Affiliate và Kiếm tiền từ quảng cáo khi trở thành partner của Youtube.

Chương III sẽ chỉ cho bạn cách thức chính xác để xây dựng chiến lược nội dung trên Youtube như: xác định đối tượng khách hàng; phương pháp tìm chủ đề thông qua sở trường, sở thích cá nhân, nhu cầu người xem và xu thế nổi bật hiện nay cũng như ý tưởng chiến lược và phát triển nội dung video mang tính cá nhân hóa cho kênh.

Chương IV là một chương quan trọng liên quan nhiều đến vấn đề

kỹ thuật, phần mềm - những công cụ thiết yếu mà bạn cần phải sử dụng để có được một video chất lượng về cả hình thức lẫn nội dung đăng lên Youtube. Muốn có một video chất lượng, trước hết bạn cần xây dựng nhận diện và cá tính cho kênh của mình để không bị đồng hóa và chìm nghỉm giữa hàng triệu kênh Youtube có nội dung tương tự. Tiếp đó là những phương thức xây dựng video, cách sử dụng các thiết bị quay chụp, những phần mềm thiết kế, chỉnh sửa, sáng tạo đồ họa chuyển động lẫn Stop motion. Và cuối cùng, bạn sẽ cần đến một số lưu ý khi quay video để khi thành phẩm được ra đời, nó sẽ thu hút được ánh nhìn và giữ chân người xem ngay từ những giây đầu tiên.

Đọc xong *Chương V*, bạn sẽ biết được cách tối ưu hiệu quả cho kênh Youtube của mình bằng các kỹ thuật như: tối ưu nội dung trước khi đăng, tối ưu bài đăng cho Youtube. Bên cạnh đó, bạn cũng sẽ biết được hai phương thức tăng traffic cho kênh của mình thông qua hình thức trả phí lẫn không cần trả phí.

Chương VI đề cập đến vấn đề bản quyền - yếu tố tiên quyết mà bạn cần phải quan tâm khi có ý định tự xây dựng một kênh Youtube. Bạn không được phép vi phạm bản quyền về nhạc, hình ảnh, video, cũng không được spam hay reup khi hoạt động trên kênh truyền thông này. Nếu không tuân thủ, bạn sẽ phải nhận hình phạt từ Youtube dựa theo mức độ vi phạm mà nghiêm trọng nhất là bị Youtube xóa kênh ngay lập tức.

Chương VII, có độ dài ngắn nhất, là chương khép lại nội dung của toàn bộ cuốn sách. Trong chương này, chúng tôi sẽ mang đến cho bạn những thông tin tổng quan về các mạng đa kênh - cầu nối trung gian cho các Youtuber và hệ thống quản trị của Youtube, đồng thời giới thiệu về các mạng đa kênh hàng đầu tại Việt Nam hiện nay để bạn nghiên cứu, tham khảo nhằm bảo đảm lợi ích tối đa cho bản thân khi quyết định thành lập kênh riêng.

Cuối cùng, chúng tôi mong rằng sau khi đọc xong cuốn sách, mọi kiến thức mà chúng tôi chia sẻ sẽ giúp bạn tự xây dựng cho mình một kênh Youtube đặc sắc và đạt được thành công nhờ chính kênh này.

Còn bây giờ, hãy cùng khám phá cuốn sách này ngay nhé!

Chương I
Tổng quan về Youtube

YouTube được coi là điểm đến thú vị của hầu hết mọi người trong cuộc sống hiện đại ngày nay. Đây là trang web chia sẻ video lớn nhất thế giới, là nơi bạn có thể theo dõi, đăng hoặc tải về các đoạn video mình yêu thích. Bên cạnh đó, đối với các video bạn đã từng theo dõi qua trang web này, bạn đều có thể để lại tương tác của mình như: thể hiện sự yêu thích hay không yêu thích, chia sẻ hoặc đăng tải những nhận xét của mình về chúng.

Nếu Google được nhắc đến là "anh cả" trong việc cung cấp thông tin thì Youtube lại là nguồn cung cấp những video hàng đầu thế giới mà khó có nền tảng nào có thể vượt qua được. Bất kỳ khi nào kiếm tìm những video giải trí, bạn đều được thỏa mãn trên trang web này, đây là điều mà duy chỉ có Youtube làm được. Hiểu được điều này, rất nhiều nhà quảng cáo tận dụng và biến Youtube trở thành công cụ truyền thông tuyệt vời cho chính thương hiệu của mình. Và nếu bạn là một Youtuber, đừng ngần ngại thử bước trên con đường này bởi lượng người dùng sẽ mang về cho bạn một nguồn thu không nhỏ.

1. Youtube là gì?

Youtube là một trang web cung cấp, chia sẻ và lưu trữ video hàng đầu thế giới. Youtube do Chad Hurley, Steve Chen và Jawed Karim - cả ba đều là những nhân viên đầu tiên của PayPal (công ty chuyên xây dựng website thanh toán trực tuyến) - sáng lập. Trước khi đến với PayPal, Chad Hurley học thiết kế ở Đại học Indiana của Pennsylvania, Steve Chen và Jawed Karim học khoa học máy tính cùng nhau tại Đại học Illinois ở UrbanaChampaign. Sau khi PayPal bị mua lại với giá 1,5 tỷ USD, cả ba người quyết định ra riêng và tự thành lập một công ty mới. Đầu năm 2005, cả ba cùng rời PayPal và bàn kế hoạch tại quán cafe Max's Opera gần trường Đại học

Stanford. Tên miền "Youtube.com" được kích hoạt vào ngày 14 tháng 2 năm 2005 và trang web được phát triển vài tháng sau đó. Cho đến nay, Youtube đang bước sang tuổi thứ 14 với những bước phát triển mạnh mẽ và được đánh giá sẽ còn phát triển hơn nữa trong tương lai.

Đây là video đầu tiên được đăng tải lên Youtube quay người sáng lập Jawed Karim đang đứng trước chuồng voi ở vườn thú San Diego, Mỹ. Video này được đăng tải vào ngày 23/4/2005, hiện nay đã thu hút 75.488.765 lượt xem (tại thời điểm đầu tháng 9 năm 2019).

Link video: http://go.sunbook.vn/bVsZ8

2. Youtube và những con số biết nói

Theo một thống kê năm 2018, Youtube có hơn 1,9 tỷ người đăng ký theo dõi; đăng tải và chỉnh sửa hơn 5 tỷ video mỗi ngày. Kể từ ngày video đầu tiên của người sáng lập Jawed Karim được đăng tải cho tới nay, Youtube đã trải qua 14 năm. Một chặng đường rất dài từ những video nghiệp dư cho đến những video chuyên nghiệp có chất lượng cao dần dần được ra đời để phục vụ nhu cầu của đông

đảo cộng đồng. Trên Youtube hiện nay, bạn hoàn toàn có thể xem được nhiều loại nội dung hơn so với những gì mà truyền hình hiện đại cung cấp. Ước tính mỗi phút có hơn 300 giờ video chất lượng HD được tải lên Youtube để đóng góp vào bộ sưu tập video đồ sộ của toàn hệ thống.

Thật khó để có thể nắm bắt được con số chính xác về Youtube mỗi ngày vì dường như chúng thay đổi dựa trên từng tích tắc. Có thể nói Youtube đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống hằng ngày của đại đa số chúng ta. Chúng ta chỉ có thể đề cập về doanh thu, thống kê người dùng và số liệu cụ thể về kênh Youtube qua các dữ liệu được báo cáo bao gồm việc thống kê sử dụng ứng dụng, nhân khẩu học người dùng và doanh thu quảng cáo của kênh truyền thông này.

Thực tế, Youtube đã, đang và sẽ trở thành trang web được nhiều người sử dụng nhất. Dự đoán trong tương lai gần nó sẽ "vượt mặt" Facebook để đứng vị trí thứ hai chỉ sau Google. Hãy cùng nhìn lại những con số biết nói được *Business* of *Adds* thống kê từ các nguồn khác nhau dưới đây (số liệu thống kê năm 2018) để xem Youtube đã trưởng thành như thế nào trong suốt 14 năm vừa qua.

2.1 Những điểm dữ liệu chính trong Youtube

- Tổng số người xem Youtube hằng tháng trên toàn thế giới: 1,9 tỷ người (Thống kê lần cuối vào ngày 18/9/2018, Nguồn: Statista).

- Tổng số những người xem Youtube hằng ngày trên toàn thế giới: hơn 63 triệu (số liệu thống kê của Youtube).

- Số giờ nội dung được xem mỗi ngày: hơn 1 tỷ giờ (theo Youtube).

- Số lượng người tạo ra các nội dung trên Youtube cho đến nay: hơn 50 triệu người (Thống kê lần cuối vào ngày 24/6/2018, Nguồn: Statista).

- Hơn 50% lượt xem Youtube đến từ điện thoại di động (theo số liệu thống kê của Youtube lần cuối ngày 24/6/2018).

- Tổng số giờ của Video được tải lên Youtube mỗi phút: hơn 300 giờ (Thống kê lần cuối vào ngày 24/6/2018, Nguồn: Om Malik).

- Tổng số video được đăng tải trên Youtube mỗi ngày: hơn 5 tỷ video (Thống kê lần cuối vào ngày 24/6/2018, theo Statista).

- Số giờ xem Youtube trung bình của một người trên tháng: 19 giờ

(Nguồn: Business Insider).

- Số lượt theo dõi kênh T-series trung bình tăng 2,2 triệu lượt/ tháng (Nguồn: Statista.com năm 2018)

- Người nổi tiếng trên Youtube: PewDiePie với 100,89 triệu lượt đăng ký theo dõi (theo MediaZ tại thời điểm kiểm tra).

- Video dẫn đầu Youtube về lượt xem: Despacito với 6,43 tỷ lượt xem (theo MediaZ tại thời điểm kiểm tra).

- Chi phí trên mỗi lượt xem Youtube trung bình: $0.044 /1 lượt xem.

2.2 Thống kê nhân khẩu học qua người dùng Youtube

- 62% người dùng Youtube là Nam giới, và Nữ giới chỉ chiếm 38%.

- 80% người dùng Youtube đến từ các nước khác ngoài Hoa Kỳ.

- 9% doanh nghiệp nhỏ có mặt trên Youtube.

- Nhóm tuổi 35+ và 55+ là nhóm nhân khẩu học phát triển nhanh nhất trên Youtube.

- 75% người lớn chuyển sang Youtube để hoài cổ hơn là theo dõi hoặc tham gia các sự kiện.

- Youtube lưu giữ được sự kiện kéo dài hàng nghìn năm so với truyền hình truyền thống.

- 37% người dùng trong độ tuổi từ 18 - 34 "nghiện" Youtube.

- Dịch vụ Youtube có mặt ở 88 quốc gia với 76 ngôn ngữ (chiếm 35% tổng số người dùng Internet).

- Trên Youtube, nam giới có xu hướng xem bóng đá cũng như các trò chơi trực tuyến và nữ giới thường theo dõi những video làm đẹp.

2.3 Một số điều thú vị có thể bạn chưa biết

- Mọi người hiện đang xem 150 triệu giờ Youtube mỗi ngày.

- Youtube thu hút khoảng 1/3 số lượng người dùng trên Internet.

- Video đầu tiên được đăng vào năm 2005 từ Sở thú San Diego với

thời lượng là 19 giây.

- Gangnam Style đã từng nổi tiếng đến mức nó đã phá vỡ bộ đếm lượt xem video trên Youtube.

- 60% mọi người thích nền tảng video để truyền hình trực tiếp.

- 20% người dùng sẽ rời khỏi một video nếu video đó không thu hút họ trong 10 giây đầu tiên.

- Youtube cung cấp một không gian miễn phí ở Los Angeles cho bất kỳ cá nhân nào có hơn 10.000 người đăng ký theo dõi trên mạng xã hội này.

- Youtube về mặt kỹ thuật là công cụ tìm kiếm lớn thứ hai trên thế giới, chỉ sau Google.

- Video Baby của Justin Bieber đạt kỷ lục video có nhiều lượt dislike nhất với 10 triệu lượt.

- 60% video Youtube phổ biến nhất không thể xem ở Đức.

Youtube được ra đời tại Mỹ và đã phát triển nhanh chóng trên nhiều quốc gia, đến năm 2016 nền tảng này thực sự khẳng định vị trí đáng nể của mình đối với người dùng Internet trên toàn thế giới. Theo thống kê của Statista đến năm 2018, số người xem Youtube ở Mỹ giữ vị trí hàng đầu với số lượng người hoạt động hằng tháng là 167 triệu người. Khoảng 70 triệu người Brazil xem Youtube ít nhất vài lần mỗi tháng và ở Việt Nam con số này là 22 triệu người (dữ liệu được lấy trước đó trong các khoảng thời gian khác nhau).

Một trong những lý do chính khiến số lượng người xem tăng nhanh chóng trên nền tảng này là các video được cập nhật liên tục theo từng tích tắc, chất lượng, nội dung của video phong phú và thu hút đa dạng các đối tượng mục tiêu. Cụ thể như đã nói ở trên, hơn 300 giờ nội dung video HD được đăng tải lên mỗi phút. Con số này tăng gần 40 lần trong 10 năm từ 2007 đến 2017 và hiện nay vẫn chưa có dấu hiệu ngừng lại.

3. Những lợi ích mang lại từ Youtube

3.1 Số lượng người xem trực tuyến đông đảo

Theo một thống kê năm 2018 của Youtube, có tới hơn 1 tỷ người hoạt động mỗi tháng, nghĩa là nếu bạn đang có một video quảng

bá sản phẩm và đăng tải trên Youtube, bạn sẽ có khả năng tiếp cận tới hơn 1 tỷ người dùng này trên toàn thế giới trong vòng hơn một tháng. Về điều này, Youtube luôn giữ vững được số lượng người theo dõi khá ổn định và duy trì ở mức rất cao, hiện chỉ đứng sau Google. Chính vì vậy, Youtube được xem là một trong những lựa chọn tốt nhất để nhà quảng cáo kết nối gần hơn với khách hàng của mình. Từ đó, nhà quảng cáo có nhiều khả năng để tạo ra doanh thu tốt hơn.

3.2 Cơ hội làm chủ một kênh truyền thông cho riêng mình

Như đã nói ở trên, Youtube là điểm đến thú vị của hầu hết mọi người bất kể già, trẻ, gái, trai, quốc gia hay dân tộc mà không một nền tảng nào có thể so sánh được. Quảng cáo trên Youtube sẽ mở ra cho bạn cánh cửa bước tới một hướng đi mới, cơ hội mới để tự mình làm chủ một kênh truyền thông riêng.

Thực tế, nếu bạn thực hiện các dịch vụ quảng cáo truyền thống, bạn sẽ chỉ có thể chạy các chiến dịch quảng cáo nối tiếp nhau và phải phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác nữa chẳng hạn như các đài truyền hình. Nhưng khi thực hiện quảng cáo bằng Youtube, bạn hoàn toàn có thể sở hữu các kênh truyền thông riêng với những video độc đáo, thú vị để thu hút khán giả theo dõi trong khoảng thời gian rất dài mà thậm chí còn không mất một khoản phí nào để duy trì chúng.

3.3 Khả năng tạo các quảng cáo Viral

Không giống như quảng cáo truyền thống, quảng cáo Youtube sẽ giúp cho nhà quảng cáo tiếp cận khách hàng theo hướng chủ động. Nếu video của bạn đủ hấp dẫn và thú vị, khán giả sẽ muốn chia sẻ video đi thật nhiều nơi để tất cả bạn bè của họ cũng có thể xem được chúng. Và như vậy, vô hình video của bạn lại trở thành một Video Viral.

3.4 Tiết kiệm chi phí hoạt động quảng cáo

Một trong những lợi ích vượt trội mà các nhà quảng cáo có thể dễ dàng nhận thấy khi sử dụng nền tảng truyền thông này đó chính là khả năng tiết kiệm chi phí quảng cáo so với các hình thức quảng cáo truyền thống. Bạn có thể đăng tải video quảng cáo của mình trên Youtube, lưu trữ trong một khoảng thời gian dài mà không cần phải thanh toán bất kỳ phí duy trì nào cả.

Bên cạnh đó, việc sử dụng các nền tảng truyền thông khác như Facebook, Twitter, Instagram... để chia sẻ quảng cáo video

Youtube hay các thông điệp quảng cáo cũng là một cách để tăng khả năng nhận diện thương hiệu và thu hút được số lượng lớn khán giả theo dõi chỉ với một khoản chi phí cực thấp.

3.5 Nhắm đúng đối tượng khách hàng khi họ tìm kiếm những gì bạn cung cấp

Youtube là trang tìm kiếm lớn thứ hai thế giới sau Google, do vậy đây cũng là trang web được sử dụng khá nhiều trong quá trình thu thập thông tin sản phẩm hoặc dịch vụ của khách hàng. Trên nền tảng này, bạn hoàn toàn có thể lưu trữ hàng nghìn video thuộc các chủ đề, lĩnh vực khác nhau, chính vì vậy mà bạn có thể đáp ứng được tối đa nhu cầu của khách hàng khi họ đang tìm kiếm những gì bạn cung cấp chỉ bằng một vài thao tác.

Hơn thế nữa, khách hàng có thể xem video quảng cáo Youtube của bạn trên bất kỳ thiết bị nào có kết nối Internet. Điều này mang lại trải nghiệm khá tốt cho người dùng, do vậy đây là một trong những lý do thu hút khán giả đến với Youtube một cách mạnh mẽ hơn.

Chương II
Làm Youtube để làm gì?

1. Xây dựng thương hiệu doanh nghiệp và cá nhân

Youtube là kênh xây dựng thương hiệu rất hiệu quả và được nhiều doanh nghiệp, cá nhân tận dụng bởi những ưu điểm mà nó mang lại.

Sau 14 năm từ khi video đầu tiên quay người đồng sáng lập Youtube - Jawed Karim đang đứng trước chuồng voi được đăng tải cho đến nay, Youtube đã khẳng định được sức mạnh và khả năng của mình bằng những con số cụ thể như đã được đề cập ở trên. Nhìn vào những gì Youtube đã đạt được trong những năm vừa qua, chúng ta đều có thể nhận thấy được đây chính là xu hướng quảng cáo tương lai dành cho các nhà quảng cáo trong việc quảng bá thương hiệu cũng như sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp. Muốn như vậy, trước hết bạn hoặc doanh nghiệp phải xác định rõ được vị thế, chỗ đứng của mình trên Youtube vì khi bạn nổi tiếng, lời nói của bạn sẽ có ảnh hưởng đến một số người hoặc một nhóm người nhất định và từ đó có khả năng ảnh hưởng luôn đến hành vi mua hàng của họ. Cụ thể hơn, bạn phải xây dựng được thương hiệu doanh nghiệp cũng như thương hiệu cá nhân trên Youtube.

1.1 Xây dựng thương hiệu doanh nghiệp

Trong thị trường cạnh tranh ngày nay, giữa một rừng sự lựa chọn cho cùng một mặt hàng, người tiêu dùng thường có thiên hướng chọn sản phẩm, dịch vụ của những doanh nghiệp, nhãn hàng đã có tên tuổi, thương hiệu, hoặc không thì cũng có review tốt trên những trang web mua sắm. Từ đó suy ra, một thương hiệu mạnh sẽ được khách hàng chú ý nhiều hơn dẫn đến doanh số bán hàng tốt hơn. Vậy làm thế nào để xây dựng thương hiệu doanh nghiệp?

Xây dựng một thương hiệu doanh nghiệp cần đến rất nhiều yếu tố và qua nhiều kênh khác nhau mà một trong số đó, không thể không nhắc tới, là xây dựng thương hiệu trên kênh Youtube.

Các phương pháp, thủ thuật xây dựng thương hiệu doanh nghiệp trên Youtube

Gắn logo thương hiệu cho mỗi video được đăng tải

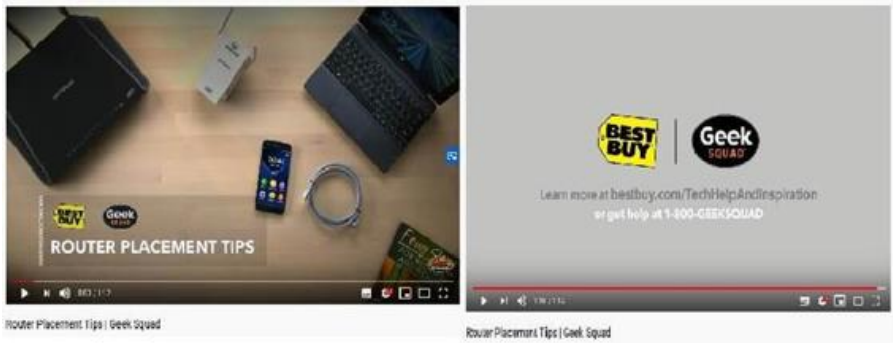
Việc cần làm đầu tiên khi xây dựng thương hiệu trên Youtube chính là đưa hình ảnh thương hiệu của mình gắn liền với mỗi video được đăng tải lên kênh. Đây là một thủ thuật đơn giản nhưng vô cùng hiệu quả, chỉ cần gắn một lời nhắc nhở, logo, slogan... vào mỗi góc video có trên kênh. Đây là hình thức để khẳng định chủ quyền rằng đây là video thuộc sở hữu của thương hiệu doanh nghiệp bạn.

Logo Geek Squad được gắn vào góc phải dưới mỗi video công ty này đăng tải lên Youtube

Đưa thương hiệu doanh nghiệp vào đầu và cuối video

Thêm vào đó, bạn nên đưa thương hiệu của doanh nghiệp mình vào mỗi video bằng cách cho các đoạn Intro, Outro, CTA (lời kêu gọi khách hàng hành động) vào đầu và cuối video. Bằng cách đó, người xem sẽ dễ dàng được tác động mạnh mẽ, giúp họ ghi nhớ và nhận diện thương hiệu doanh nghiệp của bạn. Thậm chí thúc đẩy hành động truy cập website, đăng ký biểu mẫu, liên hệ, mua

hàng...


ROUTER PLACEMENT TIPS
Router Placement Tips | Geek Squad
BEST BUY
Geek SQUAD
Learn more at bestbuy.com/TechHelpAndInspiration
or get help at 1-800-GEEKSQUAD
Router Placement Tips | Geek Squad

Doanh nghiệp Geek Squad đưa thương hiệu của mình vào đầu và cuối video kèm theo cả lời kêu gọi hành động

Tối ưu từ khóa tìm kiếm cho mỗi video

Có thể nói, Youtube là một website với thông tin thể hiện chủ yếu bằng các video chứ không phải từ ngữ hay ảnh tĩnh thông thường. Hãy sản xuất nội dung theo chủ đề và đưa từ khóa thích hợp vào trong tiêu đề video, thêm nội dung mô tả về sản phẩm, dịch vụ tại phần description.

Router Placement Tips Geek Squad
24.316 lượt xem • 29 thg 12, 2016
Từ khóa và cùng đồng thời là tiêu đề của video
37
14
CHIA SẺ
LƯU
Geek Squad
23,8 N người đăng ký
Phần mô tả có nội dung liên quan trực tiếp đến dịch vụ trong video
ĐĂNG KÝ
Sometimes the key to consistent speed requires some tech feng shui. Here are some general rules to optimize your router placement and get the most out of your Wi-Fi.
Visit us at http://www.bestbuy.com/geeksquad/
Find a Precinct in the Best Buy store near you at http://www.bestbuy.com/site/store-loc...
Follow us on Google+: https://plus.google.com/+GeekSquad
Follow us on Twitter: http://www.Twitter.com/GeekSquad
Join us on Facebook: http://www.Facebook.com/GeekSquad
Danh mục
Khoa học và Công nghệ
ẤN BỚT

Tiêu đề và chủ đề của video có tính đồng nhất

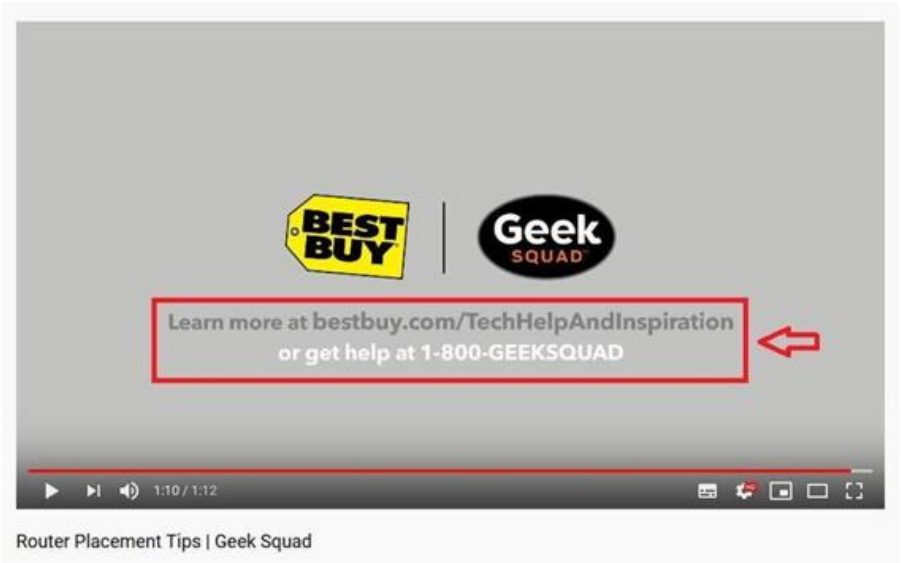
Ngăn các quảng cáo không liên quan đến doanh nghiệp xuất hiện

Mục đích chủ yếu của bạn khi xây dựng một kênh Youtube là thu hút người xem, phục vụ cho nhu cầu quảng bá thương hiệu doanh nghiệp của bạn. Vì thế, bạn cần loại bỏ những quảng cáo có nội dung không liên quan khiến người xem cảm thấy bị làm phiền

cũng như phân tâm. Qua đó tập trung xây dựng lòng tin người dùng vào thương hiệu trên kênh của bạn hiệu quả hơn đồng thời ngăn chặn những rủi ro tiềm ẩn mà quảng cáo mang lại.

Tạo mối liên kết với các kênh khác

Hãy liên kết kênh Youtube của doanh nghiệp bạn với các kênh truyền thông khác như: tài khoản mạng xã hội (Facebook, Twitter, Instagram,...), website... để điều hướng khán giả đến những kênh truyền thông khác, tạo dấu ấn thương hiệu, tạo sự tin tưởng và thể hiện sự chuyên nghiệp của doanh nghiệp.



Video có chứa liên kết đến website

Tối ưu 5 yếu tố dữ liệu

- Thumbnails

- Tiêu đề - Thẻ tag

- Thẻ đề xuất và màn hình kết thúc

- Mô tả video (description)

Tạo nội dung chất lượng

Yếu tố quan trọng nhất, quyết định một thương hiệu trên Youtube hay hay dở, thành hay bại, được nhiều người biết đến hay không đều phụ thuộc vào nội dung của những video đó. Chỉ có những

video chất lượng, đem lại những thông tin hữu ích cho người dùng thì mới có lượt xem cao, tiếp xúc được với nhiều đối tượng khách hàng và in lại được dấu ấn thương hiệu tốt đẹp trong lòng họ.

1.2 Xây dựng thương hiệu cá nhân

Đã bao giờ bạn từng thắc mắc rằng: tại sao khách hàng lại mua hàng của người này mà không phải của người khác? Ta có thể hiểu đơn giản là người mua hàng không chỉ mua mặt hàng đó mà còn mua cả người bán hàng, cụ thể hơn là hình ảnh, thương hiệu, câu chuyện, dịch vụ… tất cả những thứ liên quan đến người bán hàng hay còn gọi tắt là thương hiệu. Từ đó suy ra, nếu không có thương hiệu, bạn không có khả năng bán hàng được. Như Tommy Hilfiger – nhà thiết kế thời trang người Mỹ và là người sáng lập ra nhãn hiệu thời trang cùng tên đã nói: *"Ngày hôm nay, THƯƠNG HIỆU là tất cả mọi thứ, tất cả các loại sản phẩm và loại hình dịch vụ - bất kể từ các công ty kế toán cho đến các nhà sản xuất giày – đều đang đi tìm cách làm thế nào để vượt qua ranh giới chật hẹp của các dòng sản phẩm cùng loại và trở thành một thương hiệu trên thị trường được xã hội bao quanh."* Hay như Tom Peters – tác giả bài viết "The brand called YOU" trên tạp chí Fast Company năm 1997 nói: *"Bất kể tuổi tác, chức vụ hay loại hình kinh doanh mà chúng ta đang tham gia, tất cả cần phải hiểu được tầm quan trọng của xây dựng thương hiệu. Chúng ta là CEO trong công ty của chính mình. Trong việc kinh doanh ngày nay, công việc quan trọng nhất của ta chính là việc trở thành giám đốc tiếp thị cho thương hiệu YOU."*

Vậy thương hiệu cá nhân thực sự là gì? Thương hiệu cá nhân có thể được định nghĩa là: "Tổng hợp tất cả những ấn tượng, niềm tin và tri giác mà con người ta có về một cá nhân". Xây dựng thương hiệu cá nhân thường có hai hình thức: một là xây dựng hình ảnh cá nhân thông qua mối quan hệ đồng nghiệp, bạn bè, công việc thực tế và môi trường sống xung quanh; hai là xây dựng thương hiệu cá nhân trên mạng xã hội (Youtube, Facebook, Google+, Twitter…). Đây là một công việc cần có thời gian và sự kiên trì tạo dựng nhưng sẽ mang lại cho bạn rất nhiều lợi ích vì khi đứng càng cao trong xã hội, bạn càng cần định hình cho chính mình một thương hiệu cá nhân nổi trội. Đặc biệt là đối với những nhà lãnh đạo, thương hiệu cá nhân là hình ảnh đặc trưng để người khác biết bạn là ai và nó cũng đại diện cho những gì bạn muốn chia sẻ. Thương hiệu cá nhân là thứ duy nhất không ai có thể lấy đi từ bạn, có chăng cũng chỉ có thể làm nó mất đi. Đây là thứ sẽ tồn tại và mang lại lợi ích cho bạn trong suốt sự nghiệp cũng như cuộc đời của mình.

Trong thời đại ngày nay khi sự cạnh tranh giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa cá nhân với nhau ngày càng trở nên gay gắt thì việc sử dụng các mạng xã hội và công cụ truyền thông là một giải pháp không thể thiếu. Ở Việt Nam có một số kênh chúng ta cần phải "đánh" chủ chốt là Facebook và Youtube. Facebook hiện có thị phần và số lượng người dùng lớn nhất nhưng cũng vì vậy mà những công cụ cần sử dụng và những chính sách được áp dụng trong việc xây dựng thương hiệu cá nhân trên Facebook diễn ra chặt chẽ hơn nhiều. Chỉ cần có một hành động không đúng, bạn sẽ ngay lập tức nhận được cảnh báo từ mạng xã hội này. Hơn nữa, Facebook là "sân khấu" của quảng cáo nên bạn sẽ có ít không gian hơn để khẳng định thương hiệu của mình. Bên cạnh Facebook, Youtube là kênh truyền thông chiếm thị phần thứ hai trong thị trường Việt Nam và nó có một số ưu điểm lớn (so với cả Facebook) là miễn phí hoặc chỉ mất rất ít; thêm vào đó, bạn được quyền thử sai liên tục để biết được phương pháp nào hiệu quả, phương pháp nào không và nếu sai thì bạn cũng không mất gì nhiều ngoài một khoảng thời gian và công sức bỏ ra (xét trong trường hợp bạn không đầu tư vào những vật dụng tác nghiệp như: máy ảnh, máy tính...). Chưa dừng lại ở đó, Youtube không chỉ giúp bạn tiếp cận được những khách hàng đang có nhu cầu trực tiếp mà còn góp công trong việc đào tạo khách hàng để họ từ từ biết đến rồi tin tưởng bạn theo đúng quy tắc "Know - Like - Trust". Vậy làm thế nào để xây dựng thương hiệu cá nhân trên Youtube?

Để xây dựng thương hiệu cá nhân trên Youtube, bạn cần làm theo những bước sau:

Bước 1: Đầu tiên, bạn cần chọn một chủ đề mà mình đam mê, yêu thích, hiểu biết như một chuyên gia đồng thời nó phải có ích cho người khác, có giá trị cho cộng đồng và được nhiều người quan tâm. Ví dụ như: Internet marketing, du lịch, nuôi dạy con… Đây là cách giúp bạn định vị mình là ai, không chỉ trên Youtube nói riêng, trên mạng Internet nói chung mà còn trong cả cuộc sống bình thường.

Bước 2: Sáng tạo nội dung video

Bạn có thể làm video theo những cách sau:

- Tự quay màn hình (quay lại các bài giảng dưới dạng Powerpoint, bài hướng dẫn…)

- Livestream

- Tổ chức quay một video bằng điện thoại của mình

- Thuê một đơn vị sản xuất ngoài

Thuê một đơn vị sản xuất ngoài là một phương thức khá đắt đỏ vì vậy nó chỉ dành cho những người có điều kiện kinh tế nhưng lại không có nhiều thời gian hoặc kỹ năng để tự thực hiện một video đẹp mắt, sắc nét đăng lên Youtube. Phần lớn mọi người vẫn sử dụng ba cách đầu vì chi phí phải tiêu tốn ít hơn.

Một số phần mềm bạn có thể sử dụng để quay và biên tập video như: Camtasia 9, Corel Studio X7, Adobe Premiere... Mỗi phần mềm đều có ưu và khuyết điểm riêng, vì vậy để có một video ưng ý, đạt chất lượng tốt nhất, lời khuyên cho bạn là hãy kết hợp sử dụng các phần mềm với nhau.

Bước 3: Xây dựng kênh Youtube

Để xây dựng một kênh Youtube, trước hết bạn cần chuẩn bị một tài khoản Gmail, sau đó đăng nhập, tự tạo kênh và trang trí cho nó (avatar, banner, bố cục sắp xếp). Sau đó, để giúp tài khoản an toàn, hãy bổ sung thông tin mô tả kênh (giới thiệu nội dung kênh, thông tin sản phẩm, dịch vụ, website, địa chỉ, social, số điện thoại, liên hệ...), điền các nút social trên trang chủ. Bạn cũng cần bổ sung hình ảnh để thể hiện sự chuyên nghiệp và thiết lập các mặc định ban đầu cho kênh (trình quản lý video, kênh cùng với những mặc định cho video đã tải lên, thêm cả phần nâng cao).

Lưu ý: Chỉ khi xác minh kênh, bạn mới có thể đăng tải những video có độ dài trên 15 phút.

Bước 4: Upload video

Bạn cần tối ưu video trước, trong và sau khi up lên Youtube.

- Khi up video, bạn nên đổi tên video để nó chứa từ khóa cần làm SEO đồng thời thiết kế ảnh thumbnail đẹp và cũng nên chứa từ khóa cần SEO.

- Trong khi up video: Tiêu đề của bạn phải chứa từ khóa cần SEO, thậm chí phải giàu từ khóa. Bạn cũng cần mô tả một cách chi tiết hơn về video nói về vấn đề gì (chú ý: nếu nội dung video nói về một sản phẩm nào đó thì bạn phải mô tả thật tự nhiên ưu điểm của sản phẩm, đồng thời phía cuối phần mô tả nên có thông tin liên hệ như: website, số điện thoại, email và phải có nút kêu gọi ĐĂNG KÝ KÊNH, liên hệ với các video khác).

Trong phần Tag, bạn cũng nên nhập những từ khóa có liên quan.

- Sau khi up video: tải lên hình ảnh thumbnails có độ phân giải 1280x720 (với chiều rộng tối thiểu là 640 pixels).

Bước 5: SEO video lên top

- Tiêu đề: từ khóa SEO chứa khoảng 65 ký tự.

- Mô tả: chứa từ khóa, mô tả một cách chi tiết hơn về video nói về vấn đề gì, liên kết các video khác trong mô tả.

- Tags: nhập những từ khóa có liên quan.

- Liên kết video, đặt backlink, kéo traffic (lượt xem càng nhiều, càng lâu càng tốt).

- Nên gửi email tặng quà (video đã sản xuất ra) cho danh sách email của mình để có nhiều người xem, video dễ đạt TOP khi có đông người view.

Một vài lưu ý khi xây dựng kênh Youtube

- Áp dụng triệt để công thức 3Đ: Đúng, Đủ, Đều.

- Cần sản xuất video một cách đều đặn, cần lên lộ trình rõ ràng trong việc sản xuất video.

- Upload và tối ưu trên từng video clip để có thứ hạng cao trên kết quả tìm kiếm.

- Nội dung video phải hay và hướng tới người dùng để họ xem lâu, xem đi xem lại, như vậy sẽ rất tốt cho SEO.

Tuy nhiên, nếu bạn thực sự muốn xây dựng thương hiệu cá nhân online một cách có hiệu quả thì bạn không thể chỉ sử dụng một kênh truyền thông vì nếu chỉ có Youtube, nó sẽ không có giá trị gì cả. Khi đánh một cụm từ khóa trên Google, những thông tin đầu tiên xuất hiện ra sẽ đến từ các trang mạng xã hội khác như: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest... Vì vậy, muốn xây dựng cá nhân phải đồng thời thực hiện xây dựng trên các kênh thì mới có hiệu quả.

2. Kiếm tiền từ Youtube

Youtube cho phép mọi người tạo tài khoản và chia sẻ video do tự mình làm ra với tất cả mọi người. Do đó, bất cứ ai cũng có thể trở

thành một Youtuber. Tuy nhiên, để trở thành một Youtuber thực thụ bạn cần là người sáng tạo nội dung và tuyệt đối không re-up[1] lại các video khi chưa được cho phép. Bên cạnh đó cần tuân thủ các chính sách và nguyên tắc cộng đồng của Youtube.

[1] Re-up là lấy video do người khác sáng tạo, sau đó đăng lên kênh Youtube của bạn để kiếm tiền.

Để có thể bật chức năng kiếm tiền trên Youtube, bạn cần đáp ứng những điều kiện sau: Số lượng người đăng ký: phải có từ 1000 người đăng ký trở lên; Lượng giờ xem: tối thiểu 4000 giờ xem trong 12 tháng qua.

Nếu đủ hai điều kiện này, bạn cần chờ thêm khoảng từ 15 - 30 ngày để Youtube xét duyệt. Đôi khi, thời gian chờ đợi sẽ kéo dài hơn. Để qua được vòng xét duyệt của Youtube, bạn cần tuân thủ những chính sách quy định của trang mạng xã hội này bao gồm:

- ***Tuân thủ chính sách bản quyền***

Đây cũng là nguyên tắc mà rất nhiều người thường mắc phải. Quy định của Youtube là tất cả những nội dung trong video cả về âm thanh và hình ảnh bạn đăng tải phải do chính bạn tạo ra. Nếu có sử dụng nội dung của người khác thì phải được sự cho phép của chủ sở hữu hoặc những nội dung miễn phí bản quyền

- ***Tuân thủ các nguyên tắc cộng đồng***

Youtube ngày càng siết chặt hơn việc tuân thủ các nguyên tắc cộng đồng. Nếu vi phạm, video, thậm chí kênh của bạn có thể bị xóa vĩnh viễn khỏi nền tảng này.

Cũng như Google hay các nền tảng truyền thông khác, việc tuân thủ những yêu cầu và nguyên tắc cộng đồng trong khi khởi tạo chiến dịch quảng cáo sẽ giúp chiến dịch của bạn có thể chạy mượt mà hơn. Thực tế, cho dù nội dung của bạn có hay và xuất sắc đến đâu, tất cả cũng sẽ trở nên vô nghĩa nếu bạn vi phạm Nguyên tắc cộng đồng của Youtube. Do đó, hãy tìm hiểu về chúng trước khi bắt tay vào làm là lời khuyên tốt nhất dành cho bạn. Dưới đây là những nội dung vi phạm Nguyên tắc cộng đồng của Youtube mà bạn cần tránh:

● *Ảnh khỏa thân hoặc nội dung khiêu dâm*

Cũng giống Google, Youtube luôn muốn cung cấp cho khán giả những nội dung lành mạnh, do vậy những nội dung khỏa thân

hoặc khiêu dâm sẽ bị cấm trên nền tảng này cho dù đó là video của chính bạn. Thêm vào đó, Youtube còn khuyến khích mọi người báo cáo và khiếu nại về những nội dung này nếu vô tình bắt gặp chúng.

Bên cạnh đó, nội dung khiêu dâm có trẻ vị thành niên và nội dung xâm hại tình dục trẻ vị thành niên cũng không được phép xuất hiện trên Youtube. Nếu những nội dung này xuất hiện, Youtube sẽ báo cáo chúng đến Trung tâm quốc gia về trẻ em bị mất tích và bị lợi dụng, tổ chức này sẽ làm việc với các cơ quan thực thi pháp luật trên toàn cầu và đưa ra những biện pháp xử lý thích hợp.

● *Nội dung gây hại hoặc nguy hiểm*

Youtube không cho phép bạn đăng các video có nội dung khuyến khích người khác làm những việc có thể khiến họ bị tổn thương, đặc biệt là trẻ em. Bạn sẽ không được đăng tải những nội dung nếu chúng trùng với những mô tả như dưới đây: hướng dẫn giết người hoặc gây thương tích, chế tạo hoặc sử dụng thuốc ma túy cực mạnh, những thử thách cực kỳ nguy hiểm, những trò đùa nguy hiểm hoặc đe dọa, chứng rối loạn ăn uống, sự kiện bạo lực, hướng dẫn trộm cắp, hướng dẫn xâm nhập và lừa đảo.

Những video có nội dung như trên có thể bị Youtube giới hạn độ tuổi hoặc bị xóa tùy theo mức độ nghiêm trọng của chúng. Tuy nhiên, Youtube có thể cho phép bạn đăng video mô tả hành vi nguy hiểm nếu mục đích chính của video đó là giáo dục, cung cấp tư liệu, phục vụ khoa học hoặc nghệ thuật (EDSA) và không chứa hình ảnh phản cảm vô cớ. Ví dụ: Bạn cung cấp tin tức về các mối nguy hiểm của việc nhịn thở sẽ được coi là phù hợp nhưng việc đăng các đoạn video có ngữ cảnh không liên quan gì đến cùng một bộ phim tài liệu có thể không phù hợp.

● *Nội dung gây kích động thù địch*

Dù bạn được thoải mái thể hiện quyền tự do ngôn luận trên các video đăng tải lên Youtube, nhưng Youtube sẽ không hỗ trợ nội dung quảng bá hay dung túng hành vi bạo lực chống lại cá nhân hoặc nhóm người nào đó dựa trên chủng tộc, nguồn gốc dân tộc, tôn giáo, tình trạng khuyết tật, giới tính, tuổi tác, quốc tịch, tình trạng cựu chiến binh hay khuynh hướng tình dục/bản dạng giới hoặc những nội dung có mục đích chính là kích động thù địch. Đây có thể là hành động tinh vi nhằm thực hiện nhiều mục đích nhưng nếu mục đích chính là công kích một nhóm được bảo vệ thì nội dung này đã đi quá giới hạn.

● *Nội dung bạo lực*

Bạn không nên đăng những nội dung bạo lực làm người xem cảm thấy ghê sợ hoặc những nội dung khuyến khích người khác thực hiện hành vi bạo lực trên Youtube. Chẳng hạn, xúi giục người khác thực hiện hành vi bạo lực nhằm chống lại cá nhân hoặc một nhóm người nhất định, cảnh đánh nhau có sự tham gia của trẻ vị thành niên, các cảnh quay gây ám ảnh, sợ hãi như: tai nạn giao thông, các vụ tấn công thảm khốc, tra tấn, biểu tình, cướp giật…

Chính sách này áp dụng cho video, nội dung mô tả video, nhận xét, sự kiện phát trực tiếp và bất kỳ sản phẩm hoặc tính năng nào khác của Youtube.

● *Quấy rối và đe dọa trên mạng*

Bạn không được đăng video và nhận xét có nội dung lăng mạ trên Youtube. Nếu hành vi quấy rối vượt quá giới hạn và trở thành hành vi công kích ác ý thì bạn có thể bị báo cáo và Youtube sẽ xóa nội dung đó của bạn. Còn nếu một số người dùng tỏ ra hơi nhỏ nhen hoặc gây khó chịu cho bạn thì bạn chỉ nên bỏ qua, không nên chú ý gì đến họ.

● *Spam hoặc các siêu dữ liệu gây lừa đảo*

Thực tế, không ai thích spam cả. Vì vậy, bạn không nên tạo mô tả, thẻ, tiêu đề hoặc hình thu nhỏ gây hiểu lầm nhằm tăng số lượt xem. Bạn cũng không nên đăng số lượng lớn nội dung không có đối tượng mục tiêu cụ thể, không phải là nội dung mà người xem mong muốn hoặc nội dung lặp đi lặp lại, bao gồm cả nhận xét và tin nhắn riêng tư chỉ để đạt mục đích câu view hoặc câu like trên Youtube. Bên cạnh đó, Youtube cũng cấm các nội dung đưa ra những lời hứa cường điệu, chẳng hạn như tuyên bố rằng người dùng có thể làm giàu nhanh chóng hoặc có một phương pháp điều trị thần kỳ có thể chữa khỏi các bệnh mãn tính (như ung thư).

● *Nội dung mang tính đe dọa*

Nếu nội dung video bạn sản xuất có sự xuất hiện của các hành vi như trấn lột, đeo bám, đe dọa, quấy rối, hăm dọa, xâm phạm sự riêng tư, tiết lộ thông tin cá nhân của người khác và kích động người khác thực hiện hành vi bạo lực hoặc vi phạm Điều khoản Sử dụng đều được xem là rất nghiêm trọng. Bất kỳ ai bị phát hiện đang thực hiện những hành vi này có thể bị cấm vĩnh viễn khỏi Youtube.

● *Nội dung liên quan đến bản quyền*

Dù bạn đang hoạt động ở lĩnh vực nào đi chăng nữa thì những yêu cầu về bản quyền luôn là một yếu tố quan trọng mà bạn cần phải tôn trọng. Trên Youtube cũng vậy, bạn có nghĩa vụ và trách nhiệm phải tôn trọng bản quyền và chỉ được phép tải lên video do chính mình tạo ra hoặc có quyền sử dụng. Điều này có nghĩa là không được tải lên những video không phải do bạn tạo ra hoặc sử dụng nội dung do người khác sở hữu bản quyền trong video của bạn, chẳng hạn như bản nhạc, trích đoạn chương trình có bản quyền hay video do người khác tạo ra mà chưa có được sự cho phép cần thiết.

● *Yêu cầu bảo mật*

Bảo mật là yếu tố giữ cho tài khoản được an toàn. Trên Youtube, bạn cũng sẽ được họ bảo vệ về quyền riêng tư như bất kỳ nền tảng truyền thông nào khác. Nếu bạn bắt gặp ai đó đăng đoạn video của mình, hãy yêu cầu họ tháo gỡ. Nếu không thể yêu cầu họ tháo gỡ bài, hãy báo cáo video đó, Youtube sẽ can thiệp và giúp bạn xóa bài đăng theo Nguyên tắc bảo mật.

● *Nội dung mạo danh*

Hãy lưu ý, những nội dung mạo danh một người hoặc kênh không được phép xuất hiện trên Youtube. Youtube cũng thực thi các quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu. Nếu một kênh hoặc nội dung trong kênh gây nhầm lẫn về nguồn hàng hóa và dịch vụ được quảng cáo thì nội dung đó không được phép xuất hiện.

● *Nội dung phải đảm bảo an toàn cho trẻ em*

Youtube không cho phép bạn đăng tải những nội dung gây hại đến sức khỏe cũng như tinh thần của trẻ vị thành niên, cụ thể: những nội dung khiêu dâm về trẻ vị thành niên, các hành động gây hại hoặc nguy hiểm có liên quan đến trẻ vị thành niên, nội dung gây đau buồn về mặt tinh thần đối với trẻ vị thành niên, nội dung gây hiểu lầm, nội dung cho gia đình nhưng lại khai thác chủ đề về tình dục, bạo lực, khiêu dâm hoặc các chủ đề khác dành cho người lớn và không phù hợp với khán giả nhỏ tuổi, bắt nạt qua mạng và quấy rối có liên quan đến trẻ vị thành niên. Youtube khuyến khích bạn báo cáo những nội dung tương tự để họ sớm giải quyết chúng.

Nếu nội dung video của bạn vi phạm chính sách này, Youtube sẽ xóa video đó và gửi email thông báo nếu đó là lần đầu bạn vi

phạm và với lần vi phạm này kênh của bạn sẽ không bị phạt. Nhưng nếu đây không phải lần đầu tiên thì Youtube sẽ đưa ra cảnh cáo đối với kênh của bạn và sau 3 cảnh cáo kênh của bạn sẽ bị xóa hoàn toàn.

Khi kênh đã bật tính năng kiếm tiền, quảng cáo sẽ hiển thị trên các video của bạn. Số tiền bạn kiếm được sẽ dựa trên số lượt click vào quảng cáo của người xem. Bạn sẽ nhận được tiền từ Youtube thông qua tài khoản adsense. Khi đạt giới hạn thanh toán tối thiểu là 100$, adsense sẽ chuyển tiền cho bạn qua Western Union và bạn có thể nhận tại ngân hàng.

Vậy các Youtuber kiếm tiền từ Youtube như thế nào?

Dưới đây là một số cách cơ bản để giúp bạn có thể kiếm tiền từ Youtube:

2.1. Bán sản phẩm trên Youtube

Là mạng xã hội về video với gần 2 tỷ người dùng hoạt động, Youtube là kênh hiệu quả cho người bán giới thiệu, quảng bá sản phẩm của mình tới khách hàng ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Những video trên Youtube sẽ được Google đưa vào trang tìm kiếm của mình, đây là lợi thế rất lớn của trang mạng xã hội này trong việc tiếp thị sản phẩm. Thêm vào đó, ngày nay, với sự phát triển của công nghệ và các phương tiện truyền thông, video với âm thanh, hình ảnh sống động đang tỏ ra nhiều ưu thế hơn so với các loại hình khác như hình ảnh hay text. Lượng người truy cập và tiếp nhận thông tin trên các video đang ngày càng gia tăng nhanh chóng.

Youtube là kênh marketing sản phẩm miễn phí và hiệu quả cho cả cá nhân lẫn doanh nghiệp bán hàng ở nhiều quy mô khác nhau. Dù bạn có là một cá nhân mới tập bán hàng trên mạng hay những doanh nghiệp quy mô toàn cầu, bán hàng trên Youtube là lựa chọn bạn không nên bỏ qua.

Một cách bán hàng trên Youtube thường gặp là đăng tải các video có nội dung liên quan đến sản phẩm mà bạn bán. Những video này có thể cung cấp thông tin, hiểu biết đến khán giả về sản phẩm này, trả lời những câu hỏi họ thường gặp phải hay những thông tin mà họ cảm thấy thú vị. Trong nội dung video hoặc phần mô tả, bạn hãy để lại các thông tin về Facebook, Fanpage, website, số điện thoại, địa chỉ... để khách hàng có thể liên hệ khi họ có nhu cầu cung cấp thêm về sản phẩm hoặc mua hàng.

Giả sử bạn đang kinh doanh các sản phẩm về làm đẹp dành cho phụ nữ, một gợi ý rất thú vị là hãy lập kênh Youtube về chủ đề làm đẹp. Trong đó, bạn có thể review những sản phẩm, công nghệ làm đẹp đang hot, những gì bạn đã trải nghiệm hoặc đang bán. Hãy biến kênh của mình thành một địa chỉ cung cấp thông tin về làm đẹp uy tín dành cho chị em phụ nữ. Sau mỗi video, bạn đừng quên gắn link địa chỉ nơi khách hàng có thể mua sản phẩm online hoặc offline.

Hãy cùng phân tích một case study thực tế để thấy được khả năng bán hàng thông qua Youtube

Điển hình với hình thức sử dụng kênh Youtube để bán sản phẩm của mình có thể kể đến kênh Youtube của Changmakeup - chuyên về làm đẹp cho phái nữ. Mỗi video của Changmakeup đạt trung bình .... lượt xem. Bên cạnh với mục đích chia sẻ kiến thức làm đẹp, Changmakeup sẽ giới thiệu, bán những sản phẩm của chính mình như son OFÉLIA.

Khi người xem xem video này, họ có thể đặt mua son thông qua trang web của OFÉLIA.

2.2 Tham gia vào mạng lưới Affiliate

Kiếm tiền trên Youtube cũng có thể thực hiện qua hình thức Tiếp thị liên kết (Affiliate Marketing). Affiliate là hình thức tiếp thị liên kết giữa nhà quảng cáo và các publisher thông qua việc đặt link

sản phẩm/website Công ty tại các nội dung truyền thông của publisher. Khi quyết định trở thành publisher trong mạng lưới tiếp thị liên kết, bạn sẽ cho phép các tổ chức, cá nhân sở hữu website, tài khoản mạng xã hội và đặt đường link bán hàng của doanh nghiệp lên trang Youtube của mình. Khi người xem nhấp chuột vào liên kết để xem, điền thông tin vào form, cài đặt một ứng dụng hay quyết định mua hàng, doanh nghiệp sẽ chuyển tiền hoa hồng tới các đơn vị trung gian. Các đơn vị trung gian sẽ chi lại một phần cho bạn, hoặc bạn sẽ nhận trực tiếp từ nhà quảng cáo mà không thông qua đơn vị này. Điều đặc biệt là nó không phụ thuộc vào lượt xem mà ở lượng người click mua hàng. Đối với kênh nổi tiếng, ngoài danh thu kiếm được từ lượt xem, họ còn có thể kiếm thêm nhờ các hợp đồng quảng cáo, đánh giá sản phẩm từ các doanh nghiệp, tổ chức hay cá nhân nào nữa.

Affiliate là hình thức marketing đang ngày càng trở nên phổ biến bởi những ưu điểm của nó đối với nhà quảng cáo và những publisher. Ở phía các publisher, những ưu việt nổi bật có thể kể ra là:

- Không cần sở hữu sản phẩm/dịch vụ

- Không mất chi phí vận chuyển, chăm sóc khách hàng

- Chi phí ban đầu thấp

- Có cơ hội rèn luyện các kỹ năng marketing thông qua hoạt động quảng bá sản phẩm/dịch vụ

- Được hưởng mức hoa hồng hấp dẫn

Công việc của bạn lúc này chỉ còn là sáng tạo nội dung chất lượng và tăng traffic về kênh của mình.

Nếu bạn là một người yêu mỹ phẩm và thường xuyên mua hàng online, có thể bạn cũng biết tới kênh Youtube Trinh Meow. Đây là channel chuyên chia sẻ những kinh nghiệm về làm đẹp, review các sản phẩm chăm sóc da, trang điểm. Đối tượng khán giả hướng đến chính là phụ nữ trong nhóm tuổi từ 15 đến 40. Thông qua những video của mình, Trinh Meow không chỉ có thu nhập tốt từ lợi ích quảng cáo được Youtube chia sẻ mà còn thông qua việc liên kết với các shop mỹ phẩm. Cụ thể, Trinh Meow gắn link những sản phẩm mình review trong nội dung video vào phần mô tả, và nhận hoa hồng từ cửa hàng hoặc nhãn hàng mỗi khi có khách hàng mua sản phẩm thông qua các link này. Với hơn 90 nghìn lượt đăng ký theo dõi, đây có thể xem là một trong những

Youtuber khá thành công khi làm Affiliate trên nền tảng mạng xã hội này.

2.3 Kiếm tiền từ quảng cáo khi trở thành partner của Youtube

Việc chia sẻ lợi nhuận từ quảng cáo cho các partner (đối tác) là một trong những chính sách quan trọng giúp Youtube có tốc độ phát triển chóng mặt và trở thành một trong những mạng xã hội có tầm ảnh hưởng lớn trên thế giới. Ở phía các partner tham gia, sản xuất các video trên Youtube trở thành một nghề kiếm sống, thậm chí làm giàu. Partner của Youtube hay còn gọi là Youtuber là những người sáng tạo nội dung và chia sẻ chúng trên mạng xã hội này. Trong số đó, những người chia sẻ các video ghi lại cuộc sống thường nhật, quan điểm, kinh nghiệm của chính mình được gọi là các vlogger.

Trở thành Youtube partner là cách kiếm tiền phổ biến nhất trên nền tảng mạng xã hội này. Youtube sẽ chấp nhận khi kênh của bạn được phép bật kiếm tiền (điều này có nghĩa bạn phải đáp ứng những điều kiện mà Youtube đề ra). Lúc này, quảng cáo sẽ được hiển thị trên các video của bạn. Số tiền sẽ được tính trên số lượt click vào quảng cáo của người xem. Bạn có thể nhận tiền thông qua tài khoản Adsense (hoặc qua Western Union hay chuyển khoản ngân hàng trong nước, nhưng tối thiểu phải đạt giới 100 USD).

CIF | CÓ CIF SÁNG BÓNG - NHÀ KHOE SẮC XUÂN
Cif Việt Nam
CÓ Cif SÁNG BÓNG
NHÀ KHOE SẮC XUÂN
Skip Ad
Ad · 0:00
Visit advertiser's site
0:29 / 0:30
BỐ GIÀ - TẬP 3 TRAILER | TRẤN THÀNH, NSND NGỌC GIÀU, LÊ GIANG, ANH ĐỨC, KHẢ NHƯ, TUẤN TRẦN, UYÊN ÂN
1,751,912 views • Jan 15, 2020
51K
572
SHARE
SAVE
TRAN THANH TOWN
3.28M subscribers
SUBSCRIBE

2.4 Kiếm tiền từ sự ủng hộ của người xem

Bạn có thể kêu gọi người xem ủng hộ tiền trực tiếp cho mình ngay trong nội dung video, hay phần mô tả thay vì quảng cáo.

Youtuber không phân biệt tuổi tác và giới tính bởi những chủ đề sản xuất video là vô hạn. Cậu bé triệu phú Ryan chính là động lực cho bạn. Ryan, 7 tuổi, chính là chủ sở hữu của kênh Youtube review đồ chơi cho trẻ em nổi tiếng thế giới Ryan ToysReview. Theo thống kê của tạp chí Forbes, kênh Youtube này đã vươn từ vị trí thứ 8 lên đứng đầu trong danh sách các ngôi sao Youtube kiếm được nhiều tiền nhất năm 2018. Năm 2015, Ryan khi đó 4 tuổi, là một fan hâm mộ của những video đánh giá đồ chơi trên mạng. Một ngày, cậu nói với bố mẹ rằng tại sao mình lại không tự quay những video như vậy. Sau đó, bố mẹ của Ryan đã thành lập kênh Ryan ToysReview, quay và đăng tải các video đều đặn hằng ngày từ tháng 3 năm 2015. Sau 3 năm, đến tháng 6/2018, kênh Youtube này đã mang về cho gia đình Ryan 22 triệu đô, chỉ tính 6 tháng đầu năm 2018. Ryan ToysReview đổi tên thành Ryan's World đến nay đã có hơn 22 triệu lượt người theo dõi trên toàn thế giới.

2.5 Kiếm tiền từ quảng cáo trực tiếp

Nếu kênh của bạn đã có một lượng người đăng ký và người xem lớn, điều này có nghĩa bạn đã có sức ảnh hưởng lên một cộng đồng nào đó. Khi đó, có thể các nhãn hàng sẽ liên hệ với bạn để quảng cáo cho thương hiệu của họ. Đây chính là cách giúp bạn kiếm nhiều tiền nhất, video càng nhiều người xem thì thương hiệu càng trả bạn nhiều tiền.

3. Những lưu ý cho người mới bắt đầu

- Đừng tập trung quá nhiều vào thu nhập thay vì sự ảnh hưởng: Sự ảnh hưởng được xây dựng dựa trên niềm tin, giá trị, kết nối và mối quan hệ với mọi người vì người xem thường có xu hướng tin tưởng vào những người đã có sự ảnh hưởng nhất định và có người xem khác được hưởng lợi từ những lời khuyên của Youtuber đó. Chính vì thế, không có sự ảnh hưởng, bạn chẳng thể tác động đến ai cả. Lời khuyên được đưa ra là: Đừng bắt đầu với Youtube vì lý do tài chính, bạn nên tạo dựng ảnh hưởng trước, tạo ra những nội dung có giá trị xây dựng cộng đồng rồi cuối cùng mới nghĩ đến kiếm tiền. Tuy nhiên, vẫn có những người thiếu trung thực, đi đường tắt hòng "vắt" túi người xem (dù đây chỉ là số ít) và chắc chắn kênh Youtube của những người này sẽ không tồn tại lâu

được.

- Sau khi xác định rõ mình làm Youtube không phải xuất phát từ mục đích tài chính, vậy bạn định chia sẻ cho người xem những gì, động cơ làm Youtube của bạn là gì? Bạn có thể truyền tải bất cứ chủ đề nào (trừ những chủ đề bị cấm nằm trong Nguyên tắc cộng đồng của Youtube) nhưng chắc chắn nó phải có mục đích rõ ràng. Một khi tìm được động cơ (động lực) chính xác, bạn sẽ có thể làm rõ được ba yếu tố giúp cho kênh Youtube của mình thành công và đi xa hơn nữa. Ba yếu tố đó là:

- Phạm vi chủ đề mà video sẽ nói về

- Đối tượng mục tiêu mà video nhắm tới

- Lý do người dùng nên xem video của bạn

- Sau khi xác định được động cơ, bạn cần đặt ra những mục tiêu và cột mốc quan trọng để phấn đấu và tiến bộ. Một mục tiêu, cột mốc hiệu quả phải đo lường được: có đạt được kết quả bạn mong muốn hay không? Nếu đạt thì đạt bao nhiêu phần trăm? Thời gian thực tế của mục tiêu không quá ngắn hoặc quá dài và quan trọng đó phải là mục tiêu bạn kiểm soát được, tức là nó phải nằm trong khả năng thực hiện của bạn chứ không phải là những hy vọng xa vời.

- Tiếp đó, bạn cũng phải quyết định xem lịch sản xuất của mình, tức là tầm bao lâu thì bạn sẽ ra một video mới? Có thể là mỗi ngày (đối với vlog và Let's Plays), mỗi tuần (đối với nghiên cứu), mỗi tháng (đối với các skit chất lượng cao). Có một điều mà bạn đặc biệt phải lưu ý là lượng đăng tải video mới mỗi ngày trên Youtube có thể lên đến hàng tỷ, thậm chí là nhiều hơn và việc chậm đăng video có thể là lý do khiến khán giả quên đi bạn hoặc tệ hơn là bỏ theo dõi kênh. Hãy đảm bảo rằng bạn có thể sản xuất một video chất lượng đồng thời ra video đều đặn, lý tưởng nhất là cập nhật video mới mỗi ngày (điều này còn tùy thuộc vào khả năng, sức sáng tạo cũng như lịch trình riêng của bạn).

- Giữa hàng tỷ video mới mỗi ngày, làm thế nào để người dùng xem video của bạn mà không phải của người khác? Bí quyết là bạn phải tự tạo cho kênh của mình "chất và phong cách" riêng, không lẫn với ai khác. Hãy cung cấp cho người dùng những "món ăn" lành mạnh nhưng không kém phần hấp dẫn bằng cách: đặt tiêu đề thông minh, định dạng nhất quán, hình đại diện cho video thu hút.

Trong trường hợp kênh có liên quan đến âm thanh, bạn cần phát

âm rõ ràng, giọng nói tự tin, không nói ngọng, nói lắp, phát ra âm thanh khiến người xem khó chịu. - Để sản xuất ra một video, bạn không chỉ cần có nội dung hay mà còn cần phải có những thiết bị tối thiểu để sản xuất ra một video hoàn chỉnh với chất lượng tốt. Bạn sẽ cần có: một máy ảnh (hoặc điện thoại thông minh); chân máy (Tripod); microphone; màn hình xanh lá cây để thay đổi nền video và phần mềm chỉnh sửa video, chụp ảnh màn hình (cần thiết với những video có liên quan đến nội dung từ màn hình).

- Nếu muốn thành công, bạn phải tự quảng cáo cho video của mình để được nhiều người biết tới. Đơn giản nhất là bạn có thể sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội khác nhau để quảng bá cho kênh Youtube của mình. Một cách khác là chia sẻ nội dung tốt nhất trên kênh của bạn lên những diễn đàn lớn có nội dung liên quan nhưng lưu ý là đừng chia sẻ quá thường xuyên, sẽ dễ dàng bị cấm. Bạn cũng có thể cộng tác với một Youtuber khác để liên kết và mở rộng địa chỉ liên hệ khiến người xem biết đến bạn nhiều hơn. Còn nếu như thực sự "vững" về kinh tế, bạn có thể chạy chương trình tặng kèm liên quan.

Có một điều bạn phải ghi nhớ rằng: quảng bá kênh là một trận chiến dài hơi, có thể mất vài tháng, thậm chí vài năm để thành công. Hãy kiên trì và tin tưởng trong suốt thời gian đó thì cuối cùng bạn cũng sẽ nhận được những kết quả xứng đáng.

- Đừng để các cơ hội kiếm tiền che lấp đi những gì tốt nhất cho khán giả: Nếu kênh của bạn đủ to lớn, uy tín và số người theo dõi đủ để có một nhãn hàng tìm tới nhờ bạn quảng cáo sản phẩm cho họ thì lời khuyên được đưa ra là bạn nên suy nghĩ thật kỹ trước khi nhận lời. Hãy đảm bảo rằng sản phẩm của họ phù hợp với khán giả, liên quan đến nội dung kênh của bạn và đặc biệt phải mang những giá trị nhất định cho người xem. Nếu không, bạn sẽ mất đi sự tin tưởng của người hâm mộ. Ví dụ: Một kênh với nội dung liên quan đến làm đẹp chỉ nên nhận quảng cáo sản phẩm như mỹ phẩm, quần áo… chứ đừng nhận giới thiệu những sản phẩm không liên quan như sản phẩm công nghệ: điện thoại, tai nghe, máy tính…

Lưu ý: Giá trị trong mỗi video luôn là yếu tố phải được đặt lên trên hết. Bạn phải cung cấp những thông tin giá trị đến người xem, bất kể các cơ hội kiếm tiền đang đặt ngay trước mặt.

Chương III

Chiến lược xây dựng nội dung trên Youtube

1. Xác định đối tượng khách hàng

Mục đích khi xây dựng Youtube - nền tảng video lớn nhất thế giới là giúp người dùng tìm kiếm và khám phá những nội dung mà họ đang quan tâm. Chính vì vậy, trước khi tạo chiến lược xây dựng nội dung cho kênh Youtube của bạn, hãy đảm bảo rằng bạn hiểu rõ lý do mình lập kênh Youtube là gì? Bạn sẽ tiếp cận đối tượng nào?

Nếu bạn muốn duy trì tương tác với khán giả trong thời gian dài, bạn cần hiểu rõ mong muốn và nhu cầu của họ thông qua nhân khẩu học đối tượng. Như bạn đã biết, nhân khẩu học của khán giả có thể được phân loại theo độ tuổi, giới tính, vị trí địa lý, thu nhập, trình độ học vấn, chủng tộc, tôn giáo, sở thích, nghề nghiệp, máy tính hoặc thiết bị công nghệ, loại xe họ đi, chương trình TV họ thường xem, sách hoặc tạp chí yêu thích của họ và một loạt các yếu tố khác mà bạn xác định là quan trọng cho việc phân tích thị hiếu của khán giả. Hãy khám phá điều gì giúp người xem có thể kết nối với thương hiệu của bạn. Bạn cần biết họ muốn gì để đưa ra những nội dung liên quan tới họ. Và những vấn đề của họ liệu có được giải quyết khi xem video của bạn, hay họ chỉ tìm đến bạn qua những mẩu quảng cáo vui mắt, vui tai. Hãy trả lời thật kỹ những câu hỏi trên bởi chúng thật sự rất hữu ích trong việc giúp bạn xác định đối tượng tiềm năng và xây dựng mối quan hệ vững chắc giữa họ và thương hiệu của bạn. Nếu có thể làm tốt những điều trên, bạn sẽ xác định được các phương pháp tốt nhất để sử dụng Youtube vào trong video của mình để phục vụ tốt nhất cho mong muốn và nhu cầu của khán giả đó.

Ví dụ: Bạn có thể xác định rằng đối tượng mục tiêu của mình bao gồm những người đàn ông độc thân ở độ tuổi từ 18 đến 24, còn đi học hoặc đã ra trường, có sở thích là bóng đá. Bạn có thể kết hợp bất kỳ tiêu chí hoặc đặc điểm được đề cập trước đó để tạo danh sách riêng mà bạn tin rằng chúng sẽ target chính xác đối tượng mục tiêu của mình. Bạn càng biết nhiều về khán giả của mình đồng thời xác định rõ ràng nhóm người này, thì việc sản xuất video thu hút họ sẽ càng dễ dàng và bạn có thể quảng bá video của mình đến nhóm này theo cách hiệu quả mà tối ưu về chi phí nhất có thể.

Ngoài việc xác định đối tượng của bạn thông qua phân tích nhân khẩu học cơ bản, hãy suy nghĩ một cách chính xác về những người tạo nên khán giả Youtube của bạn:

- Họ có hiểu biết về công nghệ không?

- Họ sử dụng thiết bị máy tính nào?

- Họ thường xem video Youtube khi nào và ở đâu?

- Tại sao họ xem video Youtube?

- Họ có hoạt động trên các dịch vụ truyền thông xã hội khác không?

- Một số cách tốt nhất để giao tiếp với khán giả của bạn bên ngoài Youtube là gì?

Khi video của bạn được xuất bản trực tuyến trên Youtube, bạn có thể xác định ai đang xem chúng, xem trên thiết bị nào bằng cách sử dụng các công cụ đo lường Analytics miễn phí. Ngoài việc giúp bạn lập kế hoạch cho các video tiếp theo của mình, thông tin do Analytics cung cấp có thể giúp bạn tương tác hiệu quả hơn với người đăng ký kênh và người xem video. Nó cũng có thể cho bạn biết những thông tin nếu người xem có thông tin nhân khẩu học khác so với dự đoán của bạn. Từ đó, bạn có thể điều chỉnh chiến lược truyền thông và lập kế hoạch cho video tiếp theo của mình.

Dựa trên kết quả thu được thông qua việc đo lường Analytic, bạn cần tập trung và điều chỉnh nội dung để nhắm đến đối tượng mục tiêu bạn thực sự tiếp cận, chứ không phải là đối tượng bạn dự định tiếp cận. Bên cạnh đó, hãy phát triển loại nội dung thu hút khán giả mục tiêu và đối tượng mới mà video đã thu hút được. Khi nói đến việc mở rộng đối tượng, các công cụ Analytics có thể giúp bạn theo nhiều cách. Bạn có thể sử dụng các công cụ này để xác

định ai đã đánh giá cao nội dung của bạn, thời gian nội dung của bạn được truy cập thường xuyên nhất, nội dung được truy cập từ đâu và cụ thể đối tượng thực sự của bạn là ai.

Kết quả dữ liệu Analytic cũng hữu ích khi cố gắng xác định các cách để cải thiện nội dung của bạn, bởi vì bạn có thể xác định chính xác thời gian mọi người xem video của mình, thời điểm họ nhấp vào video của bạn (nếu họ không xem chúng đến cuối) và những hành động mà người xem đang thực hiện để phản hồi lại video của bạn. Do đó, bạn có thể dễ dàng xem xét xem liệu lời kêu gọi hành động của mình có hoạt động tốt hay không. Thông tin này có thể được sử dụng để giúp bạn tạo ra nhiều nội dung nhắm đến đúng mục tiêu và quảng bá chúng hiệu quả hơn trong tương lai. Bằng cách nghiên cứu dữ liệu Analytics (phân tích) liên tục, bạn có thể khám phá ra một lượng khán giả lớn và tiềm năng, thu hút và giữ chân họ, khiến họ trở thành khán giả trung thành của mình.

2. Tìm chủ đề, ý tưởng chiến lược

Lựa chọn chủ đề có nội dung phù hợp với đối tượng mục tiêu bạn nhắm tới là một yếu tố không thể bỏ qua. Dưới đây là một số cách giúp bạn tìm ra chủ đề cho kênh Youtube của mình:

2.1 Chọn chủ đề đúng với sở trường, sở thích cá nhân

Để thành công trên Youtube, bạn cần phải kiên trì. Mà để có sự kiên trì thì nội dung - chủ đề của kênh phải gắn liền với đam mê của bản thân. Hãy phát huy điểm mạnh của bạn ngay trên kênh Youtube, hãy xem xét một cách nghiêm túc về tài năng và sở thích của bản thân. Khi bạn đủ tự tin và có khả năng giải quyết một vấn đề hay một lĩnh vực nào đó, thì đây là cách bạn nên làm. Bởi khi đã chọn được chủ đề mà bạn yêu thích, thì việc phát triển kênh là vô cùng dễ dàng và có khả năng cao bạn sẽ làm tốt vì bạn hiểu được người xem mong muốn điều gì. Khi đã chọn được chủ đề chính rồi, bạn có hàng tá cách để khai thác nó ví dụ như tìm kiếm từng chủ đề cụ thể cho từng video của mình.

Cụ thể, bạn thực sự nổi trội khi chơi các trò chơi và bạn muốn thể hiện năng lực chơi game của mình, vậy tại sao bạn không tự xây dựng một kênh Youtube để vừa có thể chơi game, vừa có thể kiếm tiền bằng cách quay lại màn hình trong lúc chơi để hướng dẫn cách chơi cho những người có cùng sở thích với bạn. Bạn là một người yêu thích thể dục, bạn có thể chia sẻ kiến thức của mình bằng cách tạo các video hướng dẫn về sức khỏe và thể lực. Bạn là

người có đam mê và kiến thức về mỹ phẩm, bạn sẽ bắt tay vào khai thác các nội dung xoay quanh chủ đề này, như hướng dẫn mọi người make up theo nhiều phong cách, chủ đề khác nhau, hay review, chia sẻ kiến thức chăm sóc da… Nếu bạn là một chuyên gia bất động sản, bạn có thể chia sẻ những kiến thức liên quan đến bất động sản như xu hướng, thị trường, ngành, cách phân tích và lựa chọn bất động sản tốt, cách mua bán bất động sản… Hay nếu bạn là người yêu thích lĩnh vực Digital Marketing, bạn hãy chia sẻ những kiến thức liên quan đến lĩnh vực Digital, marketing Facebook, Zalo, Email, Instagram… Dù thế nào đi chăng nữa, bạn có thể chuyển đổi các kỹ năng hiện tại của mình thành các video chất lượng, hấp dẫn mà mọi người sẽ muốn xem.

Lựa chọn chủ đề đúng với sở thích, kiến thức của mình, giúp bạn xây dựng thương hiệu cá nhân và kiếm thêm được nhiều tiền thông qua những quảng cáo được tài trợ trong video của bạn.

Lưu ý: Muốn thành công, bạn cần khoanh vùng và thu hẹp chủ đề của mình càng cụ thể càng tốt, không nên lựa chọn những chủ đề có phạm vi quá rộng.

2.2 Chọn chủ đề theo nhu cầu người xem

Việc chọn chủ đề có nhiều người quan tâm chính là cách giúp bạn kiếm được nhiều sự chú ý, vì càng nhiều người quan tâm đồng nghĩa với càng nhiều lượt người xem và lượt hiển thị quảng cáo càng nhiều.

Chủ đề về review sản phẩm cũng đang được rất nhiều người quan tâm tới. Bạn có thể tạo một kênh Youtube để nêu lên những cảm nhận cá nhân về những ưu, nhược điểm của các sản phẩm, ví dụ như điện thoại hay bất cứ sản phẩm công nghệ nào khác. Hình thức này không chỉ giúp bạn kiếm được tiền qua Google adsense mà còn nhận được tiền hoa hồng thông qua việc tiếp thị liên kết, thậm chí là tài trợ từ những đơn vị quảng cáo.

2.3 Chọn chủ đề theo trend

Nhiều ý kiến cho rằng Youtube hiện nay cần cập nhật xu hướng thì mới trở nên hấp dẫn. Tuy nhiên, để xây dựng nội dung đã khó, bắt kịp xu hướng lại càng khó hơn. Các dạng parody, Vlog, đánh giá (review), du lịch… hiện đang là xu hướng được rất nhiều người yêu thích. Những video theo chủ đề này không những nhận được sự đón nhận của các thành viên cũ đã đăng ký, mà còn thu hút được nhiều đối tượng xem mới vì video dễ dàng xuất hiện

trên gợi ý khi người dùng tìm kiếm.

Có thể thấy hiện nay, rất nhiều bạn trẻ đã tạo dựng cho mình một kênh Youtube riêng để có thể chia sẻ những quan điểm sống hay lên án những vấn đề của xã hội. Hành động này không chỉ mang đến cho họ sự nổi tiếng mà còn cả thu nhập từ Google adsense và những quảng cáo tài trợ trong video.

Năm 2019, đi đến đâu cũng thấy giới trẻ nhắc đến "Chủ tịch … chủ tịch", "Đừng bao giờ khinh thường người khác"... có thể nói đây là trend hot nhất thời điểm đó và thu hút số lượng người xem cực lớn. Hay video phản ứng Reaction cũng đang là một chủ đề phát triển tại Việt Nam, thu hút được lượt xem siêu khủng, đặc biệt là react liên quan đến người nổi tiếng.

Tóm lại, dù bạn tìm chủ đề bằng cách nào đi chăng nữa thì tất cả đều nhằm hướng đến những mục đích cuối cùng là: thỏa mãn niềm đam mê của bản thân, kiếm tiền qua kênh Youtube, được nhiều người biết đến… từ đó thúc đẩy doanh số bán hàng lên cao hơn (xét trong trường hợp bạn kinh doanh online qua Youtube). Nhưng nói cho cùng điều quan trọng nhất vẫn chính là ý tưởng của bạn, nếu đó là ý tưởng tốt và hay thì bạn sẽ có thể tạo ra được những video ý nghĩa, bổ ích, đủ khả năng thu hút và giữ chân người xem.

Vậy chủ đề, ý tưởng đến từ đâu? Chính là ở xung quanh ta!!! Vậy nên đừng quên nuôi dưỡng những ý tưởng này bằng việc luôn có cuốn sổ tay, cây bút hoặc điện thoại di động đi kèm để ghi chép. Ý tưởng, chủ đề xuất hiện ở khắp mọi nơi nhưng nó chỉ vụt qua, nếu bạn không bắt kịp dĩ nhiên bạn sẽ bỏ lỡ và rất lâu sau đó mới có thể nhớ ra.

Khi thấy chủ đề hấp dẫn, nhiệm vụ của bạn là phải tìm cách để tiếp cận nó. Với mỗi chủ đề, mỗi cách tiếp cận là nhiều ý tưởng khác nhau. Ví dụ với chủ đề về món Pizza có nhiều cách tiếp cận khác nhau như gọi thử 3 thương hiệu Pizza nổi tiếng về nhà để so sánh, làm bánh Pizza siêu to khổng lồ, hoặc hướng dẫn làm bánh Pizza ngon bằng chảo.

Để tìm ý tưởng cho video Youtube của mình, bạn có thể phát triển theo các hướng sau:

- Tạo giá trị mới

- Gắn với từ nhất: to nhất, ngon nhất, đẹp nhất, rẻ nhất...

- Giá trị duy nhất

- Tổng hợp tin tức *(không khuyến khích vì vấn đề bản quyền)*

- Thử thách

- Review

- Mở (đập) hộp sản phẩm (unboxing)

- So sánh

- Hướng dẫn dạng How to

- Hài hước, giải trí (như Prank & troll: chơi khăm, làm trò trêu trọc và xem phản ứng của người khác)

- Streaming (bình luận game, trò chơi điện tử…)

- Khám phá các vùng miền đất nước

- Video phân tích, khám phá, giải mã (khám phá, giải mã bí ẩn về một hiện tượng, thắc mắc, địa điểm, động vật…)

- Chủ đề về trẻ em (hướng dẫn, review đồ chơi, các thử thách vui nhộn…)

- Quay lại cuộc sống hằng ngày

Khi bạn lên ý tưởng cho các video của mình, hãy phân tích từng ý tưởng để xác định tính thực tế của nó bằng cách tự đặt ra các câu hỏi như:

- Ý tưởng này có thu hút được khán giả mục tiêu của bạn không?

- Thông điệp cốt lõi bạn muốn đặt trong video là gì?

- Bạn muốn đặt lời kêu gọi hành động như thế nào?

- Video của bạn có bắt trend tốt hay không? Ví dụ, nếu video của bạn kịp thời và tập trung vào một ngày lễ hoặc sự kiện, bạn cần xuất bản nó vào một ngày cụ thể.

- Video sẽ mất bao lâu để lên nội dung, sản xuất và chỉnh sửa? Khung thời gian này có phù hợp với lịch trình chung của bạn để định hướng nội dung kênh không?

- Khi nào video sẽ được xuất bản trên kênh Youtube của bạn?

- Dựa trên tầm nhìn của bạn cho ý tưởng video, bạn có đủ điều kiện và ngân sách để tạo ra nó không?

- Video này có thể được quay cùng lúc với các video khác để tiết kiệm thời gian và tài nguyên không?

- Trong phạm vi kênh của bạn, video nào sẽ phù hợp nhất?

- Ý tưởng video này có mang lại lợi ích cho bạn từ việc trở thành một phần của danh sách phát trên kênh không?

- Điều quan trọng nhất mà người xem sẽ nhận được khi xem video là gì? Video có mang lại giá trị tích cực cho người xem hay không?

- Ý tưởng video của bạn sẽ tiếp cận theo hướng nào? Có cách tiếp cận nào khác có thể hoạt động tốt hơn, tốn ít thời gian hơn hoặc ít tốn kém hơn để sản xuất, mà không gây ảnh hưởng đến chất lượng của nội dung không?

Khi trả lời được hết tất cả những câu hỏi này, chính là lúc bạn đã chuẩn bị sẵn sàng, hãy bắt tay vào công việc sản xuất video của mình.

3. Phát triển nội dung video mang tính cá nhân hóa cho kênh

3.1 Xác định chủ đề cụ thể cho từng video

Sau khi đã chọn cho kênh Youtube của mình một chủ đề chung để phát triển thì bước tiếp đến bạn cần tìm chủ đề cụ thể cho từng video một. Khâu tìm chủ đề cho video mà người dùng quan tâm cũng rất quan trọng. Mỗi một video đều có thể có một chủ đề riêng. Tuy nhiên, bạn tuyệt đối phải nhớ kỹ *Chủ đề của các video phải bám sát chủ đề của kênh.*

Có hai cách để bạn biết mình nên đăng những video thế nào lên kênh Youtube của mình:

- Tham khảo những video nổi bật của các kênh Youtube có cùng chủ đề, cùng đối tượng người xem với kênh của bạn.

- Phân tích Youtube Analytics kênh Youtube của mình để hiểu về Insights khách hàng - những mong muốn của họ. Phần này sẽ cung cấp hàng tá thông tin về đặc điểm người dùng (tuổi, giới tính, thiết bị họ sử dụng để truy cập...) và những Insights dựa

trên hành vi (lượt xem, thời gian xem trung bình, mật độ tương tác, những video có lượt xem và tương tác nhiều nhất…).

Đây chính là công cụ tuyệt vời giúp bạn tiếp cận đối tượng khách hàng mục tiêu. Tuy nhiên với những kênh Youtube mới, chưa có thông tin gì, bạn có thể sử dụng công cụ trên để tìm hiểu những thông tin về đối thủ của mình.

Nếu chủ đề của video đang là xu hướng thì bạn có thể tận dụng ngay nhưng chỉ có thể áp dụng trong thời gian ngắn bởi sau khi hết xu hướng thì chủ đề cũng sẽ lỗi thời. Ví dụ như khoảng thời gian tháng 8 - 9 hằng năm là thời điểm tựu trường nên bạn có thể tận dụng làm một số video với chủ đề back-to-school (trở lại trường). Tuy nhiên chủ đề này chỉ hấp dẫn người xem cho đến hết tháng 9, cũng là lúc hết mùa tựu trường. Có một số chủ đề mà bạn có thể đi xuyên suốt, như make-up (trang điểm), review son, review đồ công nghệ mới bởi đó là những chủ đề không bị out-of-date (lỗi thời). Một ví dụ nữa, kênh của bạn đang làm về đồ make-up thì bạn có thể theo trend với ý tưởng make-up sương sương như bạn gái Duy Mạnh hay thậm chí là hướng dẫn make-up lâu trôi để đi xem đá bóng tối nay…

Cho dù sự lựa chọn của bạn là gì, thì hãy đảm bảo nội dung của bạn là hoàn toàn tương ứng với kinh nghiệm, khả năng, sở trường của bạn.

3.2 Phát triển nội dung cho video

Khi đã xác định được mục tiêu, chủ đề của kênh cũng như chủ đề cho video, điều bạn cần làm lúc này là phát triển một chiến lược nội dung sáng tạo cho kênh Youtube của mình. Không phải lúc nào bạn cũng chỉ "chăm chăm" đứng trước camera để "xàm xí" một cách thiếu hấp dẫn và "gắn" vào tai người nghe những thông tin khô khan giống như một nghĩa vụ buộc họ phải nghe bạn vậy. Hãy đầu tư các kỹ xảo bắt mắt trong video để thu hút người xem, khiến họ cảm thấy thích thú khi theo dõi bạn. Đôi khi, thứ bạn cần làm chỉ là upload một clip ngắn, trong đó bạn trình bày một ý tưởng thú vị qua vài Slide PowerPoint, dùng chính sự thông minh, sáng tạo và cá tính riêng của mình để cuốn hút người xem và khiến họ nhớ đến bạn.

Rõ ràng, nội dung luôn là điều kiện cần và đủ để bạn có thể kéo khán giả đến trang của mình nhiều hơn. Thông thường, nếu đối tượng khách của bạn là người xem điển hình trên Youtube (khoảng 13 - 35 tuổi), họ đều đã có thể thẩm định được nội dung

video và phản hồi với loại nội dung bạn cung cấp. Hãy xây dựng nội dung video mang tính cá nhân hóa cho kênh của mình, khiến video của mình trở nên thật sự hữu ích và thu hút. Giới hạn nằm ở trí tưởng tượng của bạn.

Đầu tiên, trước khi làm video, bạn cần tạo một kế hoạch để chắc chắn rằng nội dung của mình đang đáp ứng được các mục tiêu của thương hiệu và thu hút được khách hàng mục tiêu. Làm thế nào để xác định được những ý tưởng đó có thể truyền tải chính xác thông điệp bạn muốn truyền tải? Bên cạnh đó, hãy cân nhắc trong việc lựa chọn thể loại video phù hợp với đối tượng khách hàng bạn đang nhắm tới và thông điệp bạn muốn truyền tải đến họ. Nó sẽ là video về thương hiệu hay Vlog? How-to video hay hướng dẫn dạng DIY? Bạn có chèn quảng cáo trong video hay không?

Dưới đây là năm ý tưởng video mà bạn có thể tham khảo trước khi tạo video của mình:

- Video hài

Loại video được chia sẻ nhiều nhất trên Youtube là video hài. Người xem thường tìm đến chúng để giải trí sau ngày dài làm việc hoặc gặp phải những trường hợp căng thẳng vì chúng mang lại cho họ cảm giác thư giãn và dễ chịu. Chúng thu hút khán giả rất nhanh chóng và có xu hướng lan truyền tốc độ cao.

Mặc dù các video hài phủ khắp Youtube về cả chất lượng và số lượng nhưng bạn vẫn có nhiều khả năng để phát triển theo loại nội dung này, vì trên thực tế sự hài hước mang tính cá nhân và bạn sẽ tìm được rất nhiều người phù hợp với phong cách của mình. Bạn không cần phải bắt chước bất kỳ một Youtuber nào khác để thu hút người xem. Màu sắc và sự tinh tế của riêng sẽ là vũ khí giúp bạn chinh phục đối tượng mục tiêu của mình.

- Video review “đập hộp”

Dù điều này có thể khiến bạn ngạc nhiên, nhưng thực tế có rất nhiều người quan tâm đến việc xem người khác “khui” sản phẩm mới ra khỏi hộp đựng. Nó mang đến cho mọi người cảm giác như họ đã đợi chờ một sản phẩm từ rất lâu rồi và hiện tại đã sở hữu chúng, sự phấn khích kèm hồi hộp khi lần đầu mở sản phẩm và trải nghiệm.

Những sản phẩm được mọi người đón chờ nhất là những sản phẩm vừa ra mắt hoặc rất đắt tiền. Họ sẽ theo dõi từ bước bạn mở

hộp sản phẩm đến dùng thử và đánh giá về nó. Nếu bạn đang cung cấp những sản phẩm từ bình thường cho đến cao cấp, hãy đặt tất cả sự chân thành và đam mê của mình vào nội dung các video. Khi bạn xem các loại video này và nghĩ rằng mình có thể làm, thậm chí làm tốt hơn rất nhiều, thì chắc chắn bạn sẽ đạt được như thế. Tất cả những gì bạn cần để thành công với loại nội dung này là sự hiểu biết và đam mê với những gì mình đang làm.

Thực tế, hầu hết mọi người đều muốn biết ý kiến của người khác về các sản phẩm trước khi họ mua chúng. Xu hướng chung khi muốn mua một món đồ gì đó qua mạng, chúng ta đều đi đến phần đánh giá để xem mọi người có cảm nhận gì về chúng, sản phẩm có những ưu điểm và khuyết điểm gì, công dụng ra sao. Nếu video của bạn phản ánh chính xác về sản phẩm và khiến họ tin tưởng, họ sẽ đặt mua sản phẩm ngay lập tức.

Không giống như các phương tiện truyền thông khác, với Youtube bạn có thể hiển thị trực tiếp cách bạn đang sử dụng sản phẩm, tạo sự khách quan và chân thực hơn rất nhiều. Ví dụ, bạn có thể quay video "đập hộp" một bộ mỹ phẩm và thực hiện trang điểm ngay lập tức với nó nếu đó là sản phẩm hay dịch vụ trang điểm mà bạn đang cung cấp.

- Video chơi game trực tuyến

Có thể thấy những năm gần đây tại Việt Nam, Streamer xuất hiện khá nhiều và đang được coi là một định hướng nghề nghiệp cho một lớp đối tượng trẻ. Streamer là người phát trực tiếp khi họ đang chơi những trò chơi điện tử, có thể được thực hiện qua các nền tảng trực tuyến như Youtube, Facebook hoặc Twitch.

PewDiePie - người sở hữu kênh Youtube lớn nhất thế giới (với 100,89 triệu lượt đăng ký theo dõi - theo MediaZ tại thời điểm kiểm tra vào đầu tháng 9/2019) - cũng bắt đầu sự nghiệp của mình với ngách thị trường này. Chỉ đơn giản là chơi game và phát trực tiếp cho mọi người cùng xem. Loại video này yêu cầu người thực hiện phải thật giỏi hoặc phải thật đam mê một trò chơi nào đó. Quan trọng hơn là bạn thể hiện con người mình một cách tự nhiên và thu hút nhất qua màn hình nhỏ, mọi người muốn thấy phản ứng độc đáo của bạn với bất kỳ điều gì xảy ra trong trò chơi bạn đang nhập vai. Lý do PewDiePie thành công là vì anh ta tham gia vào thị trường trò chơi kinh dị sinh tồn. Game kinh dị sinh tồn hoặc kinh dị sống còn (trong tiếng Anh là Survival Horror) là một thể loại game làm cho người chơi cảm thấy sợ hãi, ám ảnh, căng thẳng tột độ bằng nhiều hình thức như đồ họa game, bối cảnh, tạo

hình nhân vật, những màn rượt đuổi, hù dọa bất ngờ... Trong game kinh dị sinh tồn, người chơi phải tìm cách để sống sót khỏi các thế lực tà ác như zombie, quái vật, ác quỷ, sát nhân hoặc dịch bệnh. Thể loại này có hai cách chơi chính: tiêu diệt kẻ địch (người chơi có thể tìm kiếm và trang bị vũ khí để tiêu diệt kẻ thù trong quá trình chơi) và chạy trốn (người chơi không được trang bị vũ khí mà chỉ có được những vật phẩm cần thiết, vì vậy bắt buộc người chơi phải ẩn nấp, chạy trốn khỏi kẻ thù hoặc bị giết). Người xem sẽ bị cuốn hút vào video khi tìm thấy mạch cảm xúc được khơi gợi.

Phát trực tiếp cũng là một trong những cách hữu hiệu để tạo sự gắn kết giữa bạn và người xem. Trong quá trình phát, bạn hoàn toàn có khả năng nhận những lời phản hồi trực tiếp về cách thức và nội dung bạn đang làm. Nếu bạn không phải là người quá xuất sắc trong bất kỳ trò chơi video nào mà bạn đang chơi, thì tính cách của bạn phải thật sự tự nhiên và thu hút. Vì loại video phát trực tuyến này thường liên quan đến webcam, máy ảnh hoặc một số loại thiết bị khác, hãy kiểm tra kỹ càng để bạn cảm thấy tự tin và thoải mái nhất khi đối diện với chúng.

- Video Vlog

Video đầu tiên quay người đồng sáng lập Youtube - Jawed Karim - đang đứng trước chuồng voi là một video Vlog. Loại video này được thực hiện khá đơn giản, bạn chỉ cần quay video nói chuyện với máy ảnh về bất kỳ chủ đề ngẫu nhiên nào sau đó đăng tải lên Youtube. Mọi người muốn nghe các ý kiến, cách nhìn nhận của bạn về mọi vấn đề xảy ra trong cuộc sống - miễn đó là chủ đề họ đang quan tâm.

Hãy chia sẻ vấn đề bằng thái độ tích cực là điều cần chú trọng trong loại hình video này. Mọi người luôn mong muốn những tiêu cực, bế tắc và phiền muộn được san sẻ, họ muốn được tiếp thêm động lực để vượt qua mọi khó khăn. Và những video của bạn có thể giúp họ. Vì vậy, tìm những chủ đề thích hợp là rất quan trọng, có nhiều kênh có chất lượng video thật sự tốt, nhưng họ không có nhiều người đăng ký theo dõi, đơn giản vì chủ đề của họ quá cạnh tranh hoặc không phù hợp. Nếu bạn là một vlogger và bạn đã trải qua quá trình lập nghiệp, hãy nói về những những khủng hoảng mà bạn gặp phải trong quá trình này và cách bạn vượt qua chúng (điều kiện là bạn đã vượt qua rồi), nó sẽ là chủ đề được quan tâm rất nhiều đấy.

- Video hướng dẫn cách làm

Nếu biết cách làm hoặc giỏi một thứ gì đó, bạn có thể hướng dẫn trên Youtube. Ví dụ, bạn là một chuyên gia trang điểm, bạn có thể hướng dẫn cách trang điểm theo nhiều chủ đề, phù hợp với những mục đích khác nhau. Video về hướng dẫn công thức nấu ăn cũng là chủ đề được nhiều người quan tâm và tìm kiếm trên Youtube.

Tuy nhiên, bạn có thể không cần quá giỏi về một thứ mới có thể thực hiện loại nội dung này. Bạn có thể tham khảo thêm trên kênh HowtoBasic của Youtube, kênh này hiện có hơn 13 triệu người đang theo dõi. Các video trên kênh thu hút mọi người vì với nội dung hướng dẫn cách làm nhưng đến cuối cùng luôn gặp các sự cố khiến người xem phải "ngao ngán" không thể tin được.

Tiếp đó, tùy theo nội dung mà bạn cung cấp, hãy tính toán lượng video từng loại cho kênh của bạn, thời gian cho một video bao lâu là hợp lý? *(Nếu là các video quảng bá sản phẩm, hãy trình bày chúng trong khoảng thời gian ngắn nhất có thể. Ngược lại nếu video của bạn là những bài giảng, những hướng dẫn cách thực hiện, chúng có thể kéo dài đến hàng giờ.)* Rồi lên lịch sản xuất: Bao lâu bạn sẽ phát hành một video mới? Địa điểm quay ở đâu? Các thiết bị cần sử dụng? Chi phí? Nhân sự gồm những ai?...

Cuối cùng, hãy viết cấu trúc của bản kế hoạch nội dung video của riêng bạn và lên kế hoạch đăng.

3.3 Một số lưu ý trong việc triển khai nội dung

Nhất quán trong việc nhận diện

Nhận diện là yếu tố tiên quyết khi bạn muốn xây dựng thương hiệu trên bất kỳ kênh truyền thông nào và đây cũng chính là yếu tố không thể thiếu nếu bạn đang có ý định sử dụng Youtube để quảng bá các sản phẩm, dịch vụ của mình. Việc xây dựng các video và gửi đến người xem phải đồng nhất trong nhận diện để khách hàng có thể dễ dàng nhận ra bạn dù bạn ở các nền tảng khác nhau, thương hiệu của bạn sẽ dễ dàng in sâu hơn trong tâm thức của người tiêu dùng.

Có thông điệp truyền tải

Mỗi video bạn đăng tải lên Youtube nên có một thông điệp truyền tải đến người xem, tất nhiên nó phải nhất quán trong việc nhận diện thương hiệu của bạn. Hãy bắt đầu suy nghĩ về tất cả các cách mà bạn có thể trình bày và truyền tải thông điệp đó. Hãy tạo ra thông điệp phù hợp với đối tượng khán giả mục tiêu của mình,

thông điệp càng ngắn gọn dễ nhớ, càng dễ đi vào lòng người.

Thu hút người xem trong thời gian ngắn

Người xem Youtube có khoảng thời gian chú ý rất ngắn, 10 giây đầu tiên của video là điểm thu hút khách hàng để họ quyết định có xem tiếp video của bạn hay không, do đó nội dung video phải nhanh chóng thu hút sự chú ý của họ trong khoảng thời gian này. Dĩ nhiên chủ đề, tiêu đề video và thumbnail (hình ảnh thu nhỏ) là yếu tố đầu tiên thu hút khách hàng click vào để xem, điều này sẽ được nhắc đến cụ thể hơn ở những chương sau.

Đừng quên điều hướng người xem

Đừng lờ đi việc điều hướng khách hàng khi họ xem video của bạn. Bạn muốn họ hành động như thế nào? Truy cập trang web của bạn, chia sẻ video họ vừa xem, tương tác bằng cách yêu thích video hay để lại nhận xét công khai? Hãy suy nghĩ về việc điều hướng này và thể hiện nó bằng lời kêu gọi hành động trong video hoặc trong đoạn mô tả video của bạn sau này.

Chương IV
Xây dựng hình ảnh video

1. Xây dựng nhận diện, cá tính cho kênh

Thiết kế các yếu tố đồ họa trên kênh Youtube là điểm thu hút người xem ngay từ cái nhìn đầu tiên khi truy cập vào kênh. Nếu bạn xây dựng cho kênh của mình với những hình ảnh thu hút, được sắp xếp một cách hợp lý, chắc chắn rằng nhiều người dùng sẽ ấn xem video của bạn và còn gì tuyệt vời hơn khi họ trở thành một subscribe cho kênh của bạn phải không nào?

Có thể nói Youtube đã rất ưu ái cho các Youtuber trong việc xây dựng thương hiệu cho kênh của mình với không gian trống trên màn hình - nơi được sử dụng để hiển thị logo, banner... Vậy làm sao để thiết kế kênh Youtube cho hoàn hảo, mang đậm phong cách của bạn và thu hút nhiều lượt đăng ký hơn?

Biểu tượng của kênh

Biểu tượng của kênh (hay logo kênh) - là hình ảnh hồ sơ của bạn xuất hiện bên cạnh tên kênh, được xem là phần rất quan trọng mà các Youtubers cần chú ý khi xây dựng kênh cho mình. Bởi đây chính là yếu tố đầu tiên quyết định mức độ ảnh hưởng của kênh đối với người xem, khách truy cập và người đăng ký kênh của bạn.

Nếu chỉ mới bắt đầu xây dựng kênh Youtube cho riêng mình, bạn không cần thiết phải quá đầu tư vào logo kênh như thuê nhà thiết kế riêng. Bạn có thể sáng tạo một bộ icon bằng cách sử dụng những phần mềm thiết kế chuyên nghiệp như Adobe Photoshop, Illustrator và Corel Draw. Nếu bạn không biết gì về thiết kế, chẳng sao cả, bạn có thể lấy cảm hứng từ các kênh khác hoặc tận dụng những công cụ thiết kế logo/icon online như: IconsFlow, Pic2Icon, ICO Convert, MakeAppIcon... để tạo cho mình một biểu tượng nổi

bật, gây sự chú ý với người xem.

Khi ai đó ghé thăm kênh nếu biểu tượng của bạn buồn tẻ hoặc không hấp dẫn, nó có thể gây mất hứng cho người xem và tác động tiêu cực đến lưu lượng truy cập kênh của bạn. Biểu tượng kênh cũng là yếu tố giúp thiết lập thương hiệu của kênh Youtube, bạn nên tải lên một hình ảnh rõ ràng, bắt mắt và hấp dẫn ở độ phân giải nhỏ hơn. Youtube gợi ý kích cỡ lý tưởng của một Youtube icon nên là 800×800 pixels. Tuy nhiên, trên giao diện trang Youtube của bạn, độ phân giải tối đa của logo chỉ là 96×96 pixels. Do đó, hãy nhớ thu nhỏ kích cỡ mỗi bạn khi cập nhật ảnh.

Ảnh bìa của kênh

Ảnh bìa hay còn được gọi là banner của kênh, về cơ bản là một bảng quảng cáo cho kênh của bạn, được xuất hiện ngay trên đầu trang chủ kênh và là nơi lý tưởng để bạn kết hợp logo của mình, cũng như thu hút sự chú ý của khách truy cập.

Bạn hoàn toàn có thể truyền tải một thông điệp đến họ thông qua banner và cho họ biết lý do họ nên đăng ký kênh của bạn để kích thích sự chú ý của họ vào kênh của bạn. Đừng quên đảm bảo kích thước của banner phải tương thích với việc hiển thị bằng di động, hạn chế việc các cạnh bị che, cắt. Bởi Youtube là một nền tảng đa thiết bị, nên hình ảnh của bạn sẽ có độ phủ tốt hơn nếu bạn biết cách sắp xếp những thông tin quan trọng, cần truyền tải đến người truy cập một cách hợp lý, ấn tượng và cắt giảm những chi tiết không cần thiết. Dưới đây là một số đề xuất của Google khuyên bạn nên điều chỉnh kích thước banner Youtube theo các thông số sau:

- Kích thước 2560x1440 pixels giúp hiển thị tốt nhất trên tất cả các thiết bị.

- Diện tích tối thiểu được xem là “an toàn” (Nghĩa là diện tích mà văn bản hay hình ảnh không bị cắt xén khi hiển thị trên những thiết bị khác nhau) là 2048x1152 pixels.

- Khu vực an toàn tối thiểu trong toàn bộ ảnh bìa là phần ở giữa có kích thước 1546×423 pixels.

- Chiều rộng tối đa cho ảnh bìa là 2560 (pixels), chiều cao đề xuất không được dưới 423 (pixels) (Tại đây, khu vực an toàn sẽ luôn hiển thị đầy đủ trên bất kỳ kích thước màn hình nào, nhưng tùy vào kích thước trình duyệt, những phần ở hai bên có thể sẽ bị cắt).

- Dung lượng của banner Youtube phải nhỏ hơn 4MB.

Dành thời gian để thiết kế ảnh bìa cho kênh sẽ để lại ấn tượng lâu dài cho người xem lần đầu của bạn và khiến họ muốn quay lại kênh hết lần này đến lần khác.

Mô tả kênh và Tab giới thiệu

Mô tả kênh và Tab giới thiệu là phần tổng quan giúp người xem biết được bạn cung cấp những nội dung gì trên kênh của mình. Bạn có thể giới thiệu khái quát về nội dung sản xuất của mình ở đây hoặc hiển thị lịch tải lên video. Lịch tải video không phải là phần bắt buộc vì không phải lúc nào bạn cũng có đủ điều kiện (thời gian, sức khỏe, tiền bạc, ý tưởng…) để sản xuất ra một video mới cho đúng với lịch trình. Nhưng nếu có thì bạn nên tải lên để người xem có thể tiện cập nhật, theo dõi và đón chờ video của bạn. Đây cũng khuyến khích, thúc đẩy bạn cố gắng thực hiện những video mới đáp ứng sự chờ mong cả khán giả.

Ngoài nội dung sản xuất và lịch tải video, bạn còn nên thêm vào những đường link dẫn liên kết đến tài khoản mạng xã hội để cho người xem có cơ hội được biết thêm về bạn cũng như cách thức liên hệ với bạn.

Thêm vào đó, trong đoạn giới thiệu kênh, hãy phát đoạn video mới nhất ở đó để thông báo cho những người đã theo dõi về cập nhật của bạn đồng thời minh họa cụ thể về phần nội dung sản xuất cho những ai mới lần đầu xem kênh.

Phần kênh

Phần kênh là một cách sắp xếp nội dung tạo thương hiệu cho kênh của bạn, giúp thể hiện các loại dạng thức, chương trình dài tập và chủ đề mà bạn thể hiện trên kênh.

Để thêm một phần kênh, bạn cần nhấp vào “Tùy chỉnh kênh” trên trang kênh chính, cuộn xuống dưới cùng và nhấp vào mục “Thêm phần kênh”, bạn sẽ thấy các tùy chọn về nội dung và bố cục. Trong danh sách nội dung thả xuống, bạn sẽ thấy có một số lựa chọn mà hệ thống đã tự động tạo cho bạn như: các video tải lên và video phổ biến.

Có một số tùy chọn yêu cầu bạn phải tạo một danh sách phát trước. Để chọn một danh sách phát mà bạn muốn làm nổi bật trên trang chủ của mình, hãy tùy chọn “Danh sách phát đơn”, đặt bố cục ngang, sau đó chọn danh sách phát của bạn. Nhấn vào nút

“Xong” để hoàn thành tạo phần kênh. Bạn có tối đa 10 phần kênh trên trang chủ kênh của bạn theo hàng ngang. Do đó, hãy giới thiệu thật nhiều nội dung khi bạn có đủ số lượng video cần thiết.

Cá nhân hóa hình ảnh thu nhỏ (thumbnail) cho video

Đây cũng được xem là một cách xây dựng thương hiệu riêng cho kênh của bạn. Bên cạnh tiêu đề, thứ mà người xem thấy đầu tiên (trước khi họ đưa ra quyết định có nên xem một video hay không) chính là hình ảnh hiển thị của video.

Youtube thường mặc định chọn một khung hình bất kỳ trong video để làm ảnh đại diện và thật xui khi hình ảnh đó có thể bị mờ hoặc quá đơn điệu. Vì thế, bạn cần thiết kế cho mình một hình ảnh đại diện riêng, có thể sử dụng Photoshop hoặc bất kỳ công cụ nào bạn biết để tạo ra một tấm hình hấp dẫn hơn trong mắt người xem và sau đó tải lên làm ảnh thu nhỏ. Nếu bạn không chú ý đầu tư vào yếu tố này, rất có thể bạn sẽ bỏ lỡ một lượng lớn người xem tiềm năng. Đừng quên đặt một tên thương hiệu nổi bật cho bức ảnh đó. Một kênh Youtube đẹp, rõ ràng, có sự đồng bộ về hình thu nhỏ của video chắc chắn sẽ mang lại tỷ lệ nhấp chuột cao, giúp kênh đó không thể trộn lẫn với bất kỳ ai.

2. Những phương thức xây dựng video

2.1 Sử dụng hình ảnh

Lựa chọn ảnh có chất lượng cao và kích thước phù hợp

Để tạo ra một bức ảnh hiển thị chuyên nghiệp, bạn cần lựa chọn một kích thước ảnh cho phù hợp. Dưới đây là kích thước chuẩn của các loại ảnh trên Youtube, bạn nên sử dụng những hình ảnh đẹp, chất lượng cao để trang trí kênh của mình.

- Kích thước ảnh đại diện (profile picture) trên Youtube

Ảnh đại diện xuất hiện khi bạn tương tác với người dùng. Đây chính là hình ảnh được hiển thị nhiều nhất và là bộ mặt của thương hiệu. Vì vậy, bạn cần sử dụng hình ảnh nhất quán, ấn tượng và phù hợp với mục đích kênh của mình. Ảnh đại diện trên Youtube nên sử dụng hình vuông hoặc tròn có kích thước chuẩn là 800×880 pixels.

- Kích thước ảnh bìa (cover art) trên Youtube

Người dùng sẽ thấy ảnh bìa ở phần phía trên cùng của kênh khi

truy cập kênh của bạn. Ảnh bìa có kích thước chuẩn là 2560x1440 pixels (theo Youtube). Tuy nhiên, người xem thường sẽ sử dụng thiết bị nhỏ hơn để truy cập, do đó ảnh sẽ bị cắt đi một phần, nội dung trên ảnh bìa sẽ không thể được hiển thị một cách đầy đủ. Vì vậy, nhiều Youtuber đã sử dụng vùng an toàn có kích cỡ 156×423 pixels để có bức ảnh ở chính giữa, không bị cắt đi, phù hợp với tất cả các thiết bị mà cho dù người xem sử dụng.

- Kích thước ảnh thumbnail trên Youtube

Ảnh thumbnail được dùng để hiển thị trong mỗi video trên Youtube. Người dùng sẽ thấy ảnh này trước khi bấm vào xem video của bạn. Theo gợi ý của Youtube, kích thước chuẩn của ảnh thumbnail là 1280×720 pixels (với chiều rộng ít nhất 640 pixels) là lựa chọn tốt nhất.

Chèn tiêu đề video vào ảnh thumbnail

Khi phần video gợi ý được hiện lên, ảnh hiển thị là thứ đầu tiên mà người xem nhìn thấy và, mà bất cứ người xem nào cũng đều bị thu hút bởi một thumbnail hấp dẫn. Chính vì vậy, bằng việc thêm tiêu đề video vào ảnh hiển thị sẽ giúp người xem nhìn thấy cả ảnh và tiêu đề cùng một lúc (bởi thực tế cho thấy nhiều người xem thường có xu hướng chuyển sang video tiếp theo và bỏ qua tiêu đề video). Bằng cách này khiến họ bị hấp dẫn bởi video của bạn hơn.

Thống nhất Font chữ và xây dựng thiết kế nhất quán nếu bạn đang chạy dự án dài

Tuy đơn giản nhưng đây là cách mang lại hiệu quả cao để xây dựng thương hiệu cho kênh của bạn. Hãy thống nhất sử dụng một font chữ, màu sắc, logo, và hình ảnh thương hiệu của bạn và đặt chúng ở một nơi để áp dụng cho hình ảnh trên kênh, hình thu nhỏ, phần giới thiệu video… để đảm bảo tính nhất quán trên toàn bộ kênh của bạn, cũng như tạo ấn tượng cho người xem, bên cạnh đó mang lại cảm giác quen thuộc khi họ xem video của bạn trong những lần kế tiếp.

Đảm bảo hình ảnh hiển thị có liên quan đến nội dung

Người xem sẽ cảm thấy khó chấp nhận nếu tiêu đề và hình ảnh chẳng liên quan gì đến nội dung video của bạn cả. Vì vậy, hãy đảm bảo rằng hình ảnh hiển thị của bạn phản ánh chính xác nội dung mà bạn muốn truyền tải để không khiến các subscriber của bạn phải thất vọng.

2.2 Sử dụng các thiết bị quay chụp

Thiết bị quay phim

Đối với những bạn mới làm quen với việc tự tạo nội dung cho kênh Youtube, bạn hoàn toàn có thể bắt đầu bằng máy ảnh của smartphone hoặc webcam của laptop. Mặc dù chất lượng hình ảnh không thể sánh bằng những máy ảnh chuyên nghiệp, nhưng đây cũng là một lựa chọn không tồi. Sau khi phát triển một thời gian, nếu muốn gắn bó với kênh Youtube của mình, thì bạn hãy nghĩ đến việc đầu tư cho một chiếc máy ảnh và các thiết bị khác.

Bạn sẽ có rất nhiều lựa chọn trong việc tìm kiếm những máy quay cho riêng mình, mỗi loại thiết bị sẽ phù hợp với các loại video khác nhau.

- Sử dụng thiết bị di động để quay video

Nhiều điện thoại thông minh và máy tính bảng đời cao có một hoặc được tích hợp camera kép có khả năng quay video chất lượng HD. Các thiết bị di động này cũng cung cấp khả năng gắn micro bên ngoài và có sẵn các ứng dụng cung cấp nhiều tùy chọn chụp khác nhau như zoom kỹ thuật số hoặc khả năng thêm các hiệu ứng đặc biệt trong khi bạn chụp ảnh hoặc quay video.

Bạn có thể thực hiện quay video bằng điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng sau đó chia sẻ chúng từ thiết bị di động sang máy tính. Khi có đoạn video trên máy tính, bạn sẽ thực hiện chỉnh sửa video tùy ý bằng các phần mềm khác nhau. Không giống như webcam máy tính, máy ảnh tích hợp trên các thiết bị di động cung cấp khả năng di chuyển cao hơn, giúp bạn dễ dàng xoay và điều chỉnh góc khi chụp ảnh hoặc quay video và tận dụng zoom kỹ thuật số. Giả sử máy ảnh tích hợp trên thiết bị di động của bạn cung cấp độ phân giải HD bạn cần, đây chắc chắn là một lựa chọn khả thi để quay video với mức ngân sách bị hạn chế.

- Sử dụng Webcam máy tính để tạo video

Nếu bạn đang muốn tạo một video để xuất bản chúng trên Youtube thì sử dụng webcam máy tính (hoặc webcam kết nối trực tiếp với máy tính) luôn là lựa chọn được khuyến khích. Loại thiết bị này hoạt động tốt nhất nếu bạn đang ngồi tại bàn làm việc và muốn quay lại video chính mình (đó có thể là hướng dẫn thông tin, giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó...). Khi sử dụng webcam để tạo video, micro tích hợp sẵn của máy tính có thể cung cấp cho bạn chất lượng video đầy đủ, tuy nhiên hầu hết các

máy tính đều có cổng USB để gắn micro ngoài giúp bạn đạt được chất lượng video tốt hơn. Hãy lựa chọn một micro tương thích với các thiết bị bạn sẽ sử dụng, phù hợp với loại âm thanh mà bạn sẽ ghi cùng với video của mình. Như bạn đã biết, một số loại micro sẽ hoạt động tốt hơn nếu bạn chỉ ghi âm hoặc nói chuyện, số khác lại trong việc ghi âm ca hát hoặc các loại âm thanh mạnh mẽ hơn.

Khi sử dụng webcam máy tính để sản xuất video, bạn sẽ bị hạn chế trong việc tùy chọn các chuyển động và không có khả năng thu phóng quang cảnh xung quanh. Và hầu hết các khán giả hoặc chính bạn cũng có thể thấy nhàm chán khi xem các loại video như thế này trong khoảng thời gian nhất định. Do vậy bạn nên tạo các video ngắn hoặc xen kẽ các nội dung khác nhau trong quá trình chỉnh sửa video của mình.

- ***Sử dụng chế độ video của máy ảnh kỹ thuật số***

Thực tế, nhiều máy ảnh kỹ thuật số cũng có chế độ quay video HD có thể được sử dụng để quay video Youtube và bạn hoàn toàn có thể sử dụng cách này. Tuy nhiên, việc quay video bằng máy ảnh thường làm chúng cạn kiệt pin nhanh chóng, do đó, hãy dự phòng thêm hai hoặc ba chiếc pin được sạc đầy trên tay khi quay phim. Bạn cũng sẽ cần thẻ nhớ dung lượng cao hơn để lưu trữ nội dung video thô của mình khi nó được quay. Mặt khác, các máy ảnh DSLR kỹ thuật số cao cấp hơn, từ Canon và Nikon, có các chế độ quay video HD cho phép bạn thực hiện quay nhiều tính năng trong cùng một video, bao gồm cả khả năng gắn một micro ngoài và thay đổi ống kính máy ảnh khác nhau. Chất lượng quay video của một số máy ảnh DSLR kỹ thuật số từ trung bình đến cao cấp thường đủ tốt để tạo video HD chất lượng phát sóng, mặc dù các tệp video kỹ thuật số thu được sẽ có dung lượng rất lớn và với các video dài hơn 10 đến 15 phút đều xuất ra một video kích thước tệp quá lớn đối với hầu hết các máy tính cá nhân nếu muốn xử lý chúng. Đối với các video dài, bạn sẽ cần một máy quay cao cấp để chỉnh sửa video của mình, ngay cả khi sử dụng phần mềm nén dữ liệu mới nhất.

- ***Sử dụng máy quay video HD chuyên dụng***

Không giống như máy ảnh kỹ thuật số và máy ảnh DSLR (Digital Single Lens Reflex) - máy ảnh phản xạ ống kính kỹ thuật số - được thiết kế để chụp ảnh cũng như quay video, các máy quay video HD độc lập được thiết kế để sử dụng với một mục đích duy nhất là quay video. Hầu hết các máy quay loại này đều nhỏ gọn, chạy bằng pin, cung cấp màn hình tích hợp các tùy chọn trong quá

trình quay và cho phép bạn phát lại video trực tiếp từ máy ảnh.

Bạn nên sử dụng loại máy có thể tích hợp cả việc quay video bằng ống kính ngắm và quay trên màn hình hiển thị của máy. Sử dụng kính ngắm truyền thống sẽ tiêu tốn ít pin hơn khi sử dụng màn hình hiển thị, nhưng nếu có tùy chọn sử dụng màn hình hiển thị lớn làm kính ngắm thì bạn sẽ có thể xem lại những cảnh quay của mình để đánh giá được chất lượng chuẩn xác hơn. Màn hình kính ngắm đôi khi sẽ làm bạn khó khăn hơn trong việc quay video vào những ngày nắng.

Khi lựa chọn máy quay video, hãy chú ý đến khả năng thu phóng của nó. Lý tưởng nhất là chọn một máy quay cung cấp ít nhất một ống kính zoom quang học đến mười lần, cũng như có khả năng zoom kỹ thuật số mạnh mẽ hơn. Zoom quang học là khả năng zoom của ống kính máy quay về mặt vật lý. Zoom kỹ thuật số hoạt động theo nguyên lý sử dụng công nghệ, thuật toán và phần mềm để phóng to hình ảnh mà ta thu được từ các mắt camera, mặc dù nó thường cho phép phóng đại mạnh mẽ hơn, nhưng không phải lúc nào cũng rõ ràng như zoom quang học.

Hầu hết các máy quay video HD đều có micro tích hợp nhưng chất lượng của chúng khá kém: không có khả năng lọc được tiếng ồn xung quanh, cũng như những tiếng ồn liên quan đến chuyển động khi di chuyển máy. Tuy nhiên, bạn có thể gắn micro có dây hoặc không dây vào máy. Trong nhiều trường hợp, bạn nên sử dụng micro rời để thu được chất lượng âm thanh tốt nhất, phù hợp với mục đích quay video của mình.

Khi lựa chọn máy quay, hãy chú ý đến tuổi thọ của pin, đây là yếu tố nên được cân nhắc đầu tiên. Hãy mua thêm một vài viên pin dự phòng để không bị lỡ dở buổi quay vì hết pin.

Máy quay video HD có nhiều hình dạng và kích cỡ khác nhau. Bên cạnh đó, mỗi model lại cung cấp các tùy chọn lưu trữ khác nhau và đây cũng là yếu tố bạn cần chú ý. Các tùy chọn lưu trữ thông thường bao gồm băng video kỹ thuật số (DVD), USB hoặc ổ cứng trong. Các máy quay từ trung cấp đến cao cấp nhất mới có các ổ cứng trong để lưu trữ các cảnh khi quay, một số khác có cả ổ USB trong và ổ cứng. Bạn có thể cân nhắc để đưa ra lựa chọn cho mình.

- Máy ảnh video có thẻ nhớ Flash, ổ USB trong hoặc ổ cứng

Phần lớn các máy quay video hiện có ngày nay đều dựa vào ổ USB trong hoặc ổ cứng để lưu trữ video. Nếu bạn được lựa chọn giữa

máy quay video chỉ có ổ USB trong hoặc ổ cứng, hãy chọn máy quay có chứa ổ USB trong. Nó có độ tin cậy về khả năng lưu trữ và độ bền cao hơn, đặc biệt là nếu bạn quay trong điều kiện thời tiết khắc nghiệt, ở độ cao lớn hoặc thực hiện quay các cảnh hành động (yêu cầu máy ảnh phải di chuyển).

Dung lượng không gian lưu trữ ổ cứng bên trong mà máy quay có được tính bằng gigabyte (GB). Vì vậy, hãy tìm một máy quay có ổ cứng hoặc ổ đĩa USB có dung lượng 256GB hoặc lớn hơn, cho dù bạn thường quay các video ngắn rồi chuyển sang máy tính sau đó.

Bạn sẽ phát hiện ra rằng hầu hết các máy quay video hướng đến người tiêu dùng đều sử dụng thẻ nhớ có thể hoán đổi cho nhau. Khi thẻ nhớ bị đầy, bạn chỉ cần chuyển các tệp của mình vào máy tính, sau đó xóa và sử dụng lại thẻ nhớ. Điều tuyệt vời của công nghệ này là cảnh quay của bạn được lưu trữ dưới dạng tệp dữ liệu có thể dễ dàng chuyển từ máy ảnh hoặc thẻ nhớ sang máy tính. Khi sử dụng máy ảnh có thẻ nhớ, bạn cũng có thể hoàn toàn sử dụng các kích thước dung lượng thẻ khác nhau, tùy thuộc vào việc bạn muốn khả năng lưu trữ như thế nào. Không chỉ vậy, bạn có thể thay đổi thẻ cho mỗi dự án video mà bạn đang làm việc.

Thẻ nhớ 32GB có thể chứa khoảng 480 phút (8 giờ) video HD 1080p. Bạn cũng có thể tìm thấy thẻ nhớ có dung lượng rất lớn (512GB trở lên), nhưng dung lượng càng cao, tốc độ đọc/ghi nhớ càng nhanh thì càng đắt tiền. Hãy chọn thẻ nhớ dung lượng cao nhất với tốc độ đọc/ghi nhanh nhất trong khả năng bạn có thể mua chúng. Nếu bạn có thể quay video ở độ phân giải 4K, hãy sử dụng thẻ nhớ 256GB (hoặc thẻ có dung lượng lớn hơn), nếu nó tương thích với máy ảnh của bạn.

- Sử dụng máy quay video cho hành động

Đối với một số sản phẩm video trên Youtube, một máy quay video hành động (như GoPro HERO6) có thể cung cấp cho bạn những tùy chọn khả thi. Những máy quay này được thiết kế chống rung gần như tuyệt đối để phục vụ cho mục đích quay những video HD trong khi di chuyển. Nội dung mà bạn quay được có thể dễ dàng chỉnh sửa trên thiết bị di động hoặc máy tính, sau đó được tải lên Youtube. Những máy quay này có kích thước nhỏ, nhẹ, không thấm nước và hoạt động cực kỳ linh hoạt. Trên thực tế, chúng có thể được gắn vào cơ thể của ai đó để quay video hành động từ góc nhìn của người thứ nhất và người thứ ba trong khi người quay phim đang tham gia vào một môn thể thao hoặc hoạt động cụ thể nào đó.

Dòng máy này hầu hết sử dụng thẻ nhớ để lưu trữ. Chúng có micro và cổng USB tích hợp có thể dễ dàng kết nối cáp USB để chuyển cảnh quay thô của bạn sang máy tính hoặc thiết bị di động. Bên cạnh đó, một số máy cũng cho phép truyền nội dung từ thẻ nhớ trong đến máy tính hoặc thiết bị di động khi sử dụng kết nối wifi không dây hoặc Bluetooth.

Trong khi GoPro (www.gopro.com) là công ty tiên phong trong danh mục máy quay video hành động, nhiều công ty khác như Sony, Mevo, Polaroid và Nikon... cũng đã phát triển dòng máy ảnh có tính chuyển động cao, độ bền tương đương, nhưng có giá thành rẻ hơn. Khi chọn máy ảnh hành động, bạn cần cân nhắc đến độ phân giải video mà nó có thể quay, dung lượng pin, thẻ nhớ dung lượng cao nhất mà nó tương thích và các chế độ quay video khác nhau mà nó cung cấp. Ngoài ra, hãy chú ý đến các giá treo và vỏ tùy chọn có sẵn cho phép máy ảnh được sử dụng trong các tình huống chụp khác nhau. Hãy lựa chọn máy ảnh được thiết kế để sử dụng trong điều kiện khí hậu bạn dự định chụp, chẳng hạn dưới nước, ở độ cao hoặc nhiệt độ cực lạnh.

- ***Máy quay chuyên nghiệp***

Ngoài các máy quay video HD dành cho người tiêu dùng từ trung cấp đến cao cấp mà bạn sẽ tìm thấy tại các siêu thị điện tử tiêu dùng, còn có một loại máy quay chất lượng chuyên nghiệp khác có giá khởi điểm từ 3.000 USD trở lên. Những máy ảnh này được sử dụng để quay các chương trình truyền hình, quảng cáo và một số phim.

Những máy quay chuyên nghiệp này cung cấp nhiều tính năng không có trong các mẫu máy ảnh cao cấp thông thường, bao gồm cả ống kính hoán đổi và khả năng zoom quang học mạnh mẽ. Máy ảnh chuyên nghiệp thường nặng hơn và cồng kềnh hơn, nhưng cung cấp khả năng quay phim chất lượng HD tuyệt vời.

- ***Thuê thiết bị cao cấp***

Nếu chỉ dự định quay một số video trong một khoảng thời gian ngắn, bạn có thể xem xét việc thuê thiết bị cao cấp từ cửa hàng chuyên về máy ảnh, máy quay video. Hiện nay, bạn có thể thuê một máy ảnh hàng ngày hoặc hàng tuần. Việc tìm kiếm các cửa hàng cho thuê thiết bị máy quay không phải là điều quá khó khăn trong thời buổi công nghệ thông tin phát triển như ngày nay, bạn hoàn toàn có thể sử dụng công cụ tìm kiếm Internet như Facebook hoặc Google. Khi thực hiện truy vấn về tìm kiếm thông

tin các địa điểm cho thuê thiết bị máy quay, bạn sẽ nhận được các kết quả địa chỉ cho thuê từ trung cấp đến cao cấp. Và việc của bạn lúc này là lựa chọn các thiết bị phù hợp với túi tiền của mình.

Đây sẽ là một lựa chọn tuyệt vời nếu bạn đang làm việc trong một dự án giới hạn về kinh phí hoặc chỉ đơn giản là bạn chưa sẵn sàng đầu tư nhiều vào thiết bị để sản xuất các video của mình. Máy ảnh là thành phần chính cần thiết cho sản xuất video của bạn, nhưng bạn cũng sẽ cần các thiết bị khác, bao gồm micro, ánh sáng và phần mềm chỉnh sửa video, vì vậy đừng dành toàn bộ ngân sách sản xuất của mình cho một camera chất lượng.

Ngoài việc mua hoặc thuê một máy quay chuyên nghiệp, bạn có thể cần bỏ ra kinh phí đáng kể để thuê một nhà điều hành máy quay có kinh nghiệm và cần một chân máy cao cấp, thiết bị chiếu sáng và micro bên ngoài. Nếu bạn muốn trở thành một nhà cung cấp những video chuyên nghiệp và khi đủ khả năng đáp ứng, lời khuyên tốt nhất dành cho bạn là hãy học cách sử dụng loại thiết bị này.

Cho dù bạn sử dụng loại camera nào, từ điện thoại thông minh, máy tính cá nhân cho đến máy quay kỹ thuật số thì điều bạn cần lưu ý nhất vẫn là chất lượng quay để có thể tạo ra các thước phim chất lượng cho người xem.

Thiết bị hỗ trợ quá trình quay phim

- ***Chân máy (Tripod)***

Đây là thiết bị khá quan trọng, nó giúp bạn cố định máy quay, tránh rung lắc. Bạn cũng có thể đặt máy trên bàn hoặc kệ, nhưng giá ba chân sẽ giúp bạn linh hoạt hơn với các góc quay mà không tốn kém nhiều. Với tripod, bạn có thể sử dụng nó cho mọi cảnh quay, tạo ra thước phim ấn tượng từ các kỹ thuật quay time-lapse, slow-motion, quay phỏng vấn nhân vật… Bên cạnh đó, người ta vẫn dùng tripod như một tay cầm để thao tác dễ dàng hơn khi quay phim - chụp ảnh bằng điện thoại.

Trên thị trường hiện nay có rất nhiều loại chân máy khác nhau, tùy thuộc mục đích sử dụng và khả năng tài chính để bạn lựa chọn cho mình một chân máy phù hợp. Bạn có thể tham khảo chân máy Velbon M45 hoặc chân máy Benro T6000 EX.

- ***Microphone***

Nếu bạn sử dụng máy ảnh DSLR và đang quay trong môi trường

yên tĩnh thì có thể sử dụng ngay bộ thu âm của máy. Thông thường các máy DSLR cho phép bạn cài đặt chất lượng thu âm, những dòng máy cao cấp hơn còn cho hỗ trợ lọc và giảm bớt tiếng ồn. Micro của điện thoại thông minh cũng khá tốt. Tuy nhiên, nếu bạn làm vlog, phỏng vấn nhân vật trong không gian có nhiều tiếng ồn thì bạn cần trang bị một micro có chất lượng cao để loại bỏ tạp âm. Micro cho smartphone được thiết kế nhỏ gọn, thường có dây dài 1 mét và khuy cài để gắn lên cổ áo, giúp thu âm rõ ràng hơn so với mic trên điện thoại. Dưới đây là một số gợi ý cho bạn:

● Microphone rode VideoMic go: phù hợp quay trong nhà, với thiết kế nhỏ gọn và trọng lượng nhẹ, chỉ cần cắm vào camera là có thể sử dụng ngay, VideoMic Go giúp video của bạn có âm thanh rõ ràng, sắc nét. Ưu điểm của loại máy này là khu vực thu hẹp, tập trung trực tiếp vào phía trước micro và giảm các âm thanh xung quanh. Tuy nhiên, nó còn tồn tại một số nhược điểm như khi để quá xa người nói cần sử dụng thêm một số thiết bị phụ trợ như boom mic.

● Micro thu âm Boya M1: dùng cho cả máy quay và điện thoại. Phần jack có 3 vòng đen dùng để cắm vào điện thoại, dây dài 6 mét, có thể cầm phỏng vấn ngoài trời bằng smartphone.

● Micro thu âm Boya BY-WM8: phù hợp nhất với người làm Youtube, vì là micro không dây nên có thể sử dụng cho cả smartphone lẫn máy quay. Được sử dụng tần số UHF với 48 kênh, giúp âm thanh rõ nét, loại bỏ tạp âm tốt. Có thể thu âm xa lên đến 100 mét với điều kiện không có vật cản. Điểm hạn chế chính là bạn cần mua thêm pin sạc để dùng được 4 - 6 tiếng khi sạc đầy.

- Đèn quay phim

Nguồn sáng từ đèn huỳnh quang trong nhà không thể đáp ứng tốt yêu cầu ánh sáng khi quay phim. Bạn cũng có thể khắc phục bằng cách quay gần cửa sổ hoặc quay ngoài trời. Tuy nhiên, ánh sáng sẽ thay đổi liên tục theo thời tiết, do vậy cách tốt nhất vẫn là quay trong nhà và sử dụng thêm các loại đèn hỗ trợ ánh sáng khi quay. Bạn có thể tham khảo đèn led yongnuo giúp trợ sáng khi quay phim, chụp ảnh, đèn led ring 18 - đèn led dạng vòng tròn, ánh sáng đều từ trái qua phải, có núm chỉnh dimmer, có filter màu vàng và màu trắng để phù hợp với môi trường quay phim khác nhau.

- Thiết bị chống rung cho điện thoại (Gimbal)

Phù hợp với những bạn quay vlog, du lịch, đường phố, video marketing - bán hàng, quảng cáo sản phẩm… - những chủ đề mà có sự di chuyển trong quá trình quay, để tránh sự rung lắc do cầm điện thoại/máy ảnh bằng tay. Gimbal chống rung cho điện thoại hiện có 2 loại chính là gimbal chống rung điện tử và gimbal chống rung cơ học. Trong đó gimbal chống rung điện tử được sử dụng phổ biến hơn vì khả năng ổn định hình ảnh cao, tính tiện dụng và hiện đại. Một số gợi ý về thiết bị Gimbal được nhiều Youtuber lựa chọn là: Zhiyun Smooth 4, DJI Osmo Mobile 2, Feiyu G6 Plus (dành cho cả máy ảnh và smartphone)...

- ***Phông nền quay phim***

Nên chọn những phông nền vải, sạch sẽ, dễ lau chùi, có nhiều màu như xám, hồng, xanh, đen, trắng… kích thước nhỏ vừa khổ ngang người cỡ 3×3m.

- ***Laptop***

Giúp bạn chỉnh sửa và đăng video. Có thể nói trong chỉnh sửa hậu kỳ video, việc lựa chọn phần cứng chuyên dụng, phù hợp đóng vai trò rất quan trọng. Bạn có thể tham khảo các mẫu laptop sau: MacBook Pro, Dell XPS 15, Huawei MateBook X Pro, HP Pavilion 15… Hoặc bạn có thể dựa vào những tiêu chuẩn sau để lựa chọn Laptop chuyên sâu về thiết kế đồ họa, kỹ thuật cho mình: (1) CPU Core i5 trở lên; (2) RAM từ 8GB; (3) Màn hình Full HD, dải màu rộng; (4) Có Card đồ họa rời; (5) Có ổ cứng kép SSD + HDD; (6) Các tính năng hỗ trợ thêm.

2.3 Thiết kế đồ họa chuyển động

Đồ họa chuyển động là những đồ họa sử dụng cảnh quay video/ animation để tạo ra ảo giác về chuyển động hoặc xuất hiện động. Nói cách khác, đồ họa chuyển động thực chất cũng là các cảnh tĩnh, sau đó người ta sử dụng những phần mềm cùng sự tính toán của máy tính để lắp ghép các hình ảnh lại với nhau, tạo cảm giác như đang di chuyển. Đồ họa chuyển động tích hợp các hiệu ứng, màu sắc, chỉnh sửa (như: 3D Maya, Cinema 4D...) trong quá trình sản xuất.

Đồ họa chuyển động thường kết hợp với âm thanh sử dụng trong các dự án đa phương tiện (multimedia). Nó được hiển thị qua các phương tiện truyền thông điện tử, tuy nhiên cũng có thể hiển thị qua các công nghệ khác như: thaumatrope, phenakistoscope, stroboscope, zoetrope, praxinoscope, flip book.

Có thể chia đồ họa chuyển động làm 2 dạng: hỗ trợ thêm hiệu ứng vào các video hoặc đồ họa chuyển động hoàn toàn. Cả 2 dạng trên thường được sử dụng bởi các nhà sáng tạo có nhiều kỹ năng về việc xử lý các phần mềm đồ họa chuyển động cao cấp. Dưới đây là một số phần mềm đồ họa chuyển động bạn có thể tham khảo.

Phần mềm Adobe Flash Player

Adobe Flash Player là sản phẩm của tập đoàn máy tính Mỹ - Adobe Systems. Ban đầu, Flash có tên là FutureSplash và sau này, khi Adobe Systems mua lại Macromedia, chương trình được đổi tên thành Macromedia Flash (hay còn gọi tắt là Flash).

Flash thực chất là một chương trình điện toán sử dụng kỹ thuật đồ họa vector và đồ họa điểm và được sử dụng chủ yếu trên các trình duyệt web. Flash sử dụng "ngôn ngữ" riêng ActionScript để truyền dẫn và tải về những dữ liệu dạng hình ảnh hoặc âm thanh. Chúng ta có thể hiểu Flash là chương trình hỗ trợ các trình duyệt web cũng như sự tương tác giữa trình duyệt này với máy tính để người dùng có thể xem trực tiếp các video hay nghe được âm thanh trực tiếp từ web mà không cần phần mềm.

Trong lĩnh vực đồ họa chuyển động, Flash được ứng dụng để thiết kế, phát triển và tạo ra các ứng dụng thiết kế phần mềm mô phỏng, đồng thời được dùng để tạo ra các tương tác, hoạt cảnh trong phim. Điểm mạnh của Flash là có thể nhúng các file âm thanh, hình ảnh động và xuất ra thành các dạng file khác nhau như HTML, EXE, JPG... để phù hợp nhất với các ứng dụng của người dùng trên các phương tiện, công cụ khác nhau.

Các tập tin Flash thường mang phần mở rộng là .swf và có thể hiển thị bởi các trình duyệt web (IE, Firefox, Chrome...) hay ứng dụng Flash Player. Các tập tin này thường là hoạt họa, quảng cáo hay các thành phần trang trí của các trang web. Gần đây, Flash còn được sử dụng để tạo ra các ứng dụng Internet phong phú. Kích thước các file Flash (với đồ họa vector) rất nhỏ, thuận tiện cho việc truyền tải dữ liệu qua Internet.

Phần mềm Adobe Premiere

Adobe Premiere (hay còn gọi tắt là Premiere) là một công cụ dựng phim, xử lý kỹ xảo phim chuyên nghiệp, biên tập, hiệu chỉnh video, tạo ra nhiều âm thanh và hình ảnh mới lạ, đồng thời cho phép người sử dụng chia sẻ video trên các phương tiện truyền thông. Premiere có thể tương thích với nhiều hệ điều hành khác

nhau ở mọi phiên bản như Mac OS của Apple hay Window. Do đó, nó hỗ trợ một loạt các định dạng video và tập tin âm thanh trên cả hai hệ điều hành này.

Không chỉ vậy, nó còn có khả năng tích hợp với nhiều phần mềm khác nhau như: After Effects, Photoshop, Adobe Story, OnLocation và Prelude, tạo thuận lợi trong quá trình sản xuất phim. Chính vì vậy mà phần mềm này rất hữu ích với những ai đam mê ngành dựng phim.

Để dựng video kỹ xảo, bạn có thể tải Adobe Premiere Pro CS6 (dung lượng 1,26 GB), tương thích với Windows XP/Vista/7/8. APP CS6 cung cấp cho bạn một kho hiệu ứng độc quyền của Premiere. Tất cả những gì bạn cần làm là vào thẻ Effects, bấm chọn Video Effects, nhấn mũi tên xổ xuống trước một nhóm hiệu ứng bất kỳ. Lúc này, hiệu ứng trong nhóm vừa chọn sẽ hiện ra, bạn nhấn vào hiệu ứng muốn dùng và giữ chuột, kéo lên đối tượng muốn áp dụng hiệu ứng đó.

Ngoài ra, bạn có thể sử dụng thêm các hiệu ứng chuyển cảnh, giúp cho khung hình được hiển thị mượt mà hơn. Các hiệu ứng này nằm trong nhóm Video Transitions, bạn kéo hiệu ứng cần dùng vào khoảng trống giữa hai đối tượng trong timeline của Video. Chỉnh thời gian hiệu lực của hiệu ứng chuyển cảnh để làm chậm hay tăng tốc độ chuyển đổi qua lại giữa các khung hình.

Với mục đích giúp công việc dựng phim trở nên thuận tiện, dễ dàng đồng thời tạo ra được những thước phim hoàn hảo, bạn cần tích hợp thêm những công cụ mà Premiere không có sẵn (Plugin). Dưới đây là một số Plugin chuyên sử dụng cho Premiere.

- Davinci Resolve: là công cụ được phát triển bởi hãng Black Magic Design, giúp chỉnh sửa và tái tạo lại màu sắc của video. Đây là một trình ứng dụng khá thân thiện, bạn có thể sử dụng nó trên các trình biên tập video khác nhau, trên các hệ điều hành khác nhau từ MAC, Windows hay Linux.

- Red Giant Magic Bullet Suite: công cụ được phát triển bởi hãng RedGiant, giúp chỉnh sửa video một cách nhanh chóng nhờ vào bộ thư viện tập hợp những Option có sẵn hoặc bạn cũng có thể chỉnh sửa tùy theo mong muốn nhờ những công cụ tiện ích được tích hợp kèm theo từng Option.

- FilmConvert: là một phần mềm mô phỏng, làm cho các Footage kỹ thuật số trở nên giống như phim nhựa với các hiệu ứng grain

và màu sắc.

- Knoll Light Factory: là một trong những Plugin tạo hiệu ứng tia sáng cho Premiere Pro. Nó giúp tạo ra những hiệu ứng ánh sáng, lens flares và các hiệu ứng này có thể được tùy chỉnh theo ý muốn của người dựng phim.

- GBDeFlicker: là công cụ giúp nhà dựng phim cải thiện và làm nét các trường đoạn video timelapse.

- BluffTitler: là một trong những Plugin giúp tạo ra những hiệu ứng 3D cho video, những tiêu đề 3D, những đoạn Intro ấn tượng nhờ vào hệ thống thư viện với hơn 5000 file mẫu 3D được cung cấp sẵn. Đây là phần mềm dễ sử dụng ngay cả với những người dùng có ít kinh nghiệm.

- NewBlue Titler Pro: là một Plugin được phát triển bởi NewBlueFX cho phép người dùng có thể tự thiết kế ra những tiêu đề 2D hoặc tiêu đề 3D cực kỳ bắt mắt và chuyên nghiệp, đồng thời tạo ra những mẫu chức danh cao cấp với nhiều hiệu ứng và chuyển động khác nhau.

- PHYX Keyer, Robus key, Ultra key: giúp người dùng có thể dễ dàng key nền cho các video phóng sự, truyền hình, bản tin trong phim điện ảnh bằng các tùy chọn nâng cao mà không cần phải chuyển sang phần mềm After Effects.

- PluralEyes: là công cụ giúp hỗ trợ dựng Multicam và đồng bộ hình ảnh đến âm thanh một cách chính xác nhất.

Phần mềm Adobe After Effect

Adobe After Effect là phần mềm đồ họa tổng hợp được phát triển bởi hãng Adobe Systems. Phần mềm này được ứng dụng nhiều trong đồ họa động và kỹ xảo chuyên nghiệp với chức năng chính là tạo ra được những chuyển động đồ họa ấn tượng, đẹp mắt. Nó cũng có chức năng giống như một phần mềm biên tập cơ bản, phi tuyến tính, biên tập âm thanh và chuyển mã phương tiện truyền thông. Đây là một công cụ tuyệt vời cho ngành thiết kế đồ họa, kỹ xảo trong quảng cáo hay game hoặc truyền hình. Đặc biệt, After Effects tương thích với nhiều phần mềm khác của Adobe như: Illustrator, Photoshop, Premiere Pro, Encore hay Flash…

After Effect là một ứng dụng khổng lồ với các menu hiệu ứng bất tận, các tab, các công cụ… nên nó có khả năng tạo hiệu ứng hình ảnh xuất sắc, nhanh và mượt mà; xử lý thành phần 3D; cho phép

kiểm soát chiều sâu, bóng, phản xạ của nhiều đối tượng trong video; tạo đường viền chuẩn, dò tia, ép text và khối; khả năng tương thích và xử lý chuyển động cho đối tượng được tạo bởi Illustrator tuyệt vời.

Với phần mềm này, hầu hết mọi chuyển động 2D, 3D đều dễ dàng được tạo ra.

Phần mềm chuyên về đồ họa chuyển động 3D

- Cinema 4D

Cinema 4D là một phần mềm thiết kế và ứng dụng đồ họa 3D, ứng dụng này có giao diện linh hoạt và dễ sử dụng nhất trong tất cả các phần mềm 3D hiện nay. Nó đơn giản về bố cục để bất kỳ ai cũng có thể sử dụng được.

Nó có khả năng dựng hình, ánh sáng, chất liệu, họa hình cùng cơ chế vật lý xuất sắc. Phần mềm này được ứng dụng phổ biến khi sản xuất phim do các chức năng trong công cụ BodyPaint 3D.

Cinema 4D là một phần mềm độc lập được viết bởi ngôn ngữ lập trình Java, sử dụng các tập lệnh API bằng C++. Nó có riêng một bộ kit tiện lợi để phát triển Plugin cho nó.

- 3D Maya

Maya được coi là chúa tể trong các phần mềm làm phim 3D. Hiện nay, do giá cả được hạ xuống thích hợp nên nó cũng được sử dụng nhiều trong công nghệ làm game nhưng chưa phổ biến bằng Max.

Maya có tính năng tạo mô hình, diễn nhân vật và làm các hiệu ứng linh hoạt. Nó cũng là một phần mềm đồ sộ và phức tạp, trong đó, tính năng Render (diễn hoạt) đem lại những kết quả tuyệt vời nhưng lại không bằng được những tính năng còn lại. Vì vậy, khi các nhà làm phim sử dụng phần mềm này, họ thường làm công việc Render bằng những phần mềm như Renderman hoặc Mental Ray chứ không sử dụng tính năng này của Maya.

- 3D Studio Max

Max là công cụ làm 3D chiếm lĩnh công nghệ làm game và là một chương trình 3D phổ biến nhất, ngoài ra cũng có nhiều công ty sử dụng nó để làm phim.

Max cung cấp những tính năng tạo mô hình, làm animation và

diễn hoạt cảnh dễ dùng nhưng hầu hết những tính năng này lại có được từ các Plugin nối vào. Nó có thể xuất trực tiếp các diễn hoạt 3D sang Flash. Tuy nhiên, bạn phải bỏ ra một số tiền khá lớn cho phần mềm này vì những chi phí cho Plugin thêm vào.

Ngoài ra, còn một số những phần mềm chuyên về đồ họa chuyển động 3D khác như: Lightwave, Softimage, Houdini,...

Để sử dụng được tất cả các phần mềm trên, ngoài việc tìm hiểu phần mềm thì các nhà sáng tạo phải có kỹ năng tạo ra các file nguyên liệu dạng 2D từ PSD hoặc Illustrator (phần mềm vẽ minh họa)... hoặc trực tiếp tạo ra các đối tượng trong phần mềm nhưng tựu chung lại, bạn vẫn phải có hiểu biết về 2D (thiết kế tĩnh) rất tốt thì mới chia cảnh để động được.

Ưu điểm của đồ họa chuyển động là sự sáng tạo sẽ không bị giới hạn, video sẽ bổ sung thêm nhiều cách hiển thị thông tin để tăng trải nghiệm cho người xem cũng như tạo sự khác biệt đối với các kênh đối thủ. Tuy nhiên, để làm được đồ họa chuyển động, bạn phải có máy tính cấu hình tốt và có kỹ năng tìm hiểu phần mềm tốt hơn.

2.4 Stop motion

Stop motion (hoạt hình tĩnh vật) là một kỹ thuật làm phim, trong đó các nhân vật được dựng lên theo từng động tác, sau đó được chụp hình lại và ghép thành một bộ phim. Mỗi khung ảnh là một động tác riêng và khi ráp lại một cách liên tục, ta sẽ có cảm giác như các nhân vật đang thực sự chuyển động. Những hình nộm, hình đất sét (hiện nay có thể bao gồm cả giấy) thường được sử dụng để tạo bối cảnh và phục vụ việc làm phim của đạo diễn trong thể loại phim này. Trong Youtube, Stop motion thường được áp dụng cho những video có nội dung cho trẻ em như: lego, nặn đất, đồ chơi biến hình - tất cả đều được lồng ghép âm thanh và lời bình để tăng thêm hiệu quả.

Bạn có thể tham khảo những kênh sử dụng Stop motion nổi tiếng như: Clay Mixer (kênh hoạt hình sử dụng nhân vật đất nặn với nội dung cho trẻ em), Minute Physics (kênh trình bày những kiến thức vật lý dễ hiểu, sinh động bằng stop motion),...

Thông thường, xét về kỹ thuật làm phim, chúng ta có khái niệm 24 hình/giây để đảm bảo sự ăn khớp giữa hình và tiếng, tránh được hiện tượng nháy hình. Đây cũng là con số tối thiểu nên sử dụng trong phim để giảm chi phí và tối đa hóa lợi nhuận. Nhưng

đối với Stop motion, bạn chỉ cần chụp 10 đến 15 hình rồi cho xuất hiện liên tục trong một giây là ra chuyển động.

Nhân vật hoạt hình Stop motion:

- Nhân vật trong Stop motion được tạo nên bằng phương thức thủ công với độ chi tiết cao và tỉ mỉ. Những điêu khắc gia phải sử dụng cả kỹ năng về trí tưởng tượng lẫn thủ pháp chuyên môn để sáng tạo ra những nhân vật mang tính biểu trưng nhất.

- Để có một nhân vật hoàn chỉnh, ta cần trải qua các bước sau:

● Vẽ phác nhân vật, mô phỏng dưới dạng 2D (có thể trên phần mềm hoặc vẽ tay).

● Tạo hình dưới dạng 3D bằng đất mềm (dạng tượng tròn dựa trên các đường cong của bản vẽ sơ phác).

● Chuyển đổi chất liệu.

- Nhân vật Stop motion cần có cử động một cách linh hoạt và biểu cảm trên gương mặt. Gợi ý có 2 dạng xử lý phần cảm xúc khuôn mặt là:

● Sử dụng các cơ mặt thông thường dựa trên khung xương: lông mày, cơ má, cơ miệng… Nhược điểm của dạng này là giới hạn cảm xúc không đa chiều hoặc ít hơn rất nhiều so với hình thức in bằng công nghệ 3D.

● Sử dụng công nghệ in 3D: Khiến nhân vật thể hiện được cả khẩu ngữ, cảm xúc bằng việc in hàng triệu thay đổi cho một nửa khuôn mặt bên dưới.

Ngoài ra, tùy từng trường hợp mà bạn có thể chọn thực hiện theo một trong hai cách trên hoặc kết hợp cả hai cách, hay cũng có thể tùy cơ ứng biến theo ý tưởng của mình để tạo ra những nhân vật ưng ý nhất.

Các bước cần chuẩn bị trước khi làm một video Stop motion

- Kỹ năng setup ánh sáng, bối cảnh: bạn cần đầu tư về ánh sáng và bố cục vật thể cho phù hợp để hứng trọn ánh sáng, giúp chủ thể trở nên nổi bật hơn. Gợi ý đặt bối cảnh và nhân vật hướng xuôi chiều sáng; sử dụng đèn điện hoặc tấm phản quang.

- Rèn luyện kỹ năng tạo hình nhân vật: một nhân vật đòi hỏi phải

chế tác nhiều hình nộm khác nhau với mỗi sắc thái riêng để khi lên phim, cử động của nhân vật trở nên mượt mà, linh hoạt. Đây là một kỹ năng cần sự tích lũy, quen tay thì mới có thể tạo nên những hình nộm nhân vật như ý được. Vì vậy, "chăm chỉ luyện tập" là lựa chọn duy nhất cho bạn nếu muốn theo đuổi nghề này lâu dài.

- Chỉnh sửa video hậu kỳ: Bạn cần có kỹ năng chỉnh sửa video, tạo hiệu ứng âm thanh đơn giản, đặc biệt cần tránh tạp âm, vậy nên hãy chọn những không gian ít tiếng ồn làm địa điểm quay.

Hướng dẫn tạo một video Stop motion đơn giản

Bước 1: Chụp ảnh làm tư liệu ghép hình

Đầu tiên cần chuẩn bị một tripod để chụp những tấm hình từ góc trên cao, cần cố định tripod nhưng hình ra sẽ có một góc nghiêng nhất định. Còn nếu muốn một góc thẳng đứng, bạn cần một loại tripod lớn hơn.

Lưu ý: Nếu sử dụng điện thoại hay máy ảnh, bắt buộc phải sử dụng bấm ngoài để chụp, như vậy có thể tránh cho màn hình bị rung và một vài bộ phận của bạn (như tay hoặc chân…) lọt vào khung hình.

Bước 2: Dùng app để chụp hình

Nếu dùng điện thoại, hãy tải một số app hỗ trợ chụp ảnh, nó sẽ giúp bạn khá nhiều trong việc ghi nhớ vị trí trước và sau khi di chuyển đồ vật. App sẽ tạo bóng mờ của hình ảnh ở vị trí cũ, khi ta di chuyển vật đến vị trí mới, điều đó sẽ giúp ta căn đo được khoảng cách di chuyển giữa hai vị trí.

Nếu dùng máy ảnh thì bạn có thể sử dụng phần mềm hỗ trợ chụp Stop motion tên Dragon Frame. Đặc biệt, nếu bạn sử dùng máy ảnh Sony thì trên Sony app có sẵn một ứng dụng Stop motion với giá 5$.

Bước 3: Tạo và ghép hình ảnh bằng phần mềm

Sử dụng phần mềm Premiere Adobe để gắn kết các hình ảnh lại với nhau. Bạn chỉ cần chọn tất cả các hình, sau đó click chuột phải và chọn Speed/Duration, chỉnh cho thời gian mỗi tấm hình xuống còn 2-3 frame ảnh.

Lưu ý: Chọn Rip delete để các ảnh tự động đứng sát vào nhau.

Ưu điểm của thể loại này có thể tận dụng được rất nhiều tư liệu có sẵn trong cuộc sống (ví dụ như Lego thay vì phải dựng bằng phần mềm 3D theo phương pháp đồ họa chuyển động). Bạn chỉ cần một vài đạo cụ và một chiếc điện thoại có chức năng chụp ảnh là đủ để làm thành một video.

Bên cạnh những ưu điểm trên, Stop motion còn có một khuyết điểm rõ ràng là: rất mất thời gian để triển khai vì phải chụp từng ảnh một rồi sau đó mới ghép lại với nhau trên phần mềm chỉnh sửa. Như đã nói ở trên, cứ một giây video cần từ 10 - 15 tấm ảnh, suy ra, nếu muốn thực hiện một video có thời lượng 1 phút, ta cần chụp ít nhất 600 tấm ảnh. Và để những chuyển động của nhân vật diễn ra liền mạch, mỗi một tấm ảnh không thể có sự dịch chuyển hoặc thay đổi quá nhiều. Có thể chính vì lẽ đó mà những người làm thể loại này cần sự sáng tạo mang tính sắp xếp rất cao mới có thể làm cho nhân vật trong video chuyển động một cách trôi chảy như vậy.

3. Những phần mềm hay được sử dụng để chỉnh sửa, sáng tạo video

Chỉnh sửa video là một hình thức nghệ thuật đòi hỏi bạn phải có kỹ năng thật tốt. Các kỹ năng cần thiết bao gồm biết cách sử dụng máy tính và phần mềm chỉnh sửa video. Điều này có nghĩa là tìm hiểu về các phần mềm chỉnh sửa ảnh, sau đó học cách sử dụng các lệnh và tính năng khác nhau được tích hợp trong phần mềm. Cuối cùng, bạn sẽ là người quyết định những gì khán giả sẽ nhìn thấy và nghe thấy trong mỗi giây của video, do vậy bạn cần phải có tầm nhìn sáng tạo để phục vụ khán giả mục tiêu của mình.

Hầu hết các video khi tải lên Youtube theo hướng chuyên nghiệp đều cần phải được chỉnh sửa trước. Bởi quá trình quay diễn ra rất dài, sẽ có một số chi tiết thừa, lỗi mà bạn cần phải cắt bỏ, hay tua nhanh những đoạn không cần thiết hoặc bạn muốn ghép nhạc để tăng tính sinh động. Nếu muốn xây dựng thương hiệu riêng thì bạn cần phải ghép một đoạn đầu, ví dụ như logo hay đoạn intro... Tất cả đều đòi hỏi một phần mềm chỉnh sửa video.

Chỉ trong vài năm, khả năng của phần mềm chỉnh sửa video hướng tới người tiêu dùng đã được cải thiện đáng kể. Khi bạn nhập cảnh quay video thô vào phần mềm, sau đó tùy chọn các yếu tố đa phương tiện khác, phần mềm lập tức cho phép bạn chuyển đổi nội dung thô thành một sản phẩm hoàn toàn tươi mới và thu hút. Mặc dù mỗi công cụ có một chức năng chỉnh sửa riêng, nhưng hầu hết các gói chỉnh sửa phổ biến đều bao gồm các chức

năng sau:

- Thêm tiêu đề vào video của bạn

- Chỉnh sửa hoặc cắt cảnh

- Tạo ra sự chuyên nghiệp trong các cảnh quay cũng như chuyển cảnh

- Có thể khắc phục một số lỗi nhỏ cho cảnh quay thô, chẳng hạn như cảnh quay bị rung, điều chỉnh ánh sáng hoặc điều chỉnh màu sắc

- Kết hợp các bản nhạc hoặc giọng nói đã ghi âm sẵn và chỉnh sửa hiệu ứng âm thanh

- Thêm các yếu tố giải trí

- Kết hợp các bộ lọc hiệu ứng đặc biệt

- Sử dụng các trình cắm tùy chọn có sẵn từ các bên thứ ba mở rộng bộ công cụ chỉnh sửa video

- Xem trước phim đã chỉnh sửa của bạn

- Xuất bản video đã chỉnh sửa sang định dạng tệp tiêu chuẩn

- Tải video trực tiếp lên kênh Youtube của bạn

Bên cạnh đó, các phần mềm chỉnh sửa video cũng có các chủ đề hoặc mẫu được tạo sẵn để bạn có thể sử dụng bổ sung cho các video trong quá trình chỉnh sửa giúp bạn tiết kiệm được kha khá thời gian. Hơn nữa, nó còn cho phép bạn truy cập vào các yếu tố sản xuất video cấp độ chuyên nghiệp mà không cần qua đào tạo.

Để tạo nên một kênh Youtube thành công, bạn cần xác định rõ nội dung của video mà mình định chia sẻ trước tiên, rồi sau đó mới nghĩ đến việc làm thế nào để chọn được một phần mềm làm Youtube phù hợp với nội dung mà bạn định sản xuất. Bạn mới bắt đầu làm Youtube? Trong rất nhiều phần mềm làm video, để lựa chọn cho mình một phần mềm phù hợp là không hề dễ dàng. Hãy tập trung nghiên cứu 1 hoặc 2 phần mềm và dùng chúng thật thành thạo sẽ tốt hơn rất nhiều so với sử dụng nhiều phần mềm cùng lúc.

Dưới đây là một số gợi ý về thiết bị chỉnh sửa và phần mềm làm video Youtube bán chuyên và chuyên nghiệp cho các bạn tham

khảo:

3.1 Chỉnh sửa video trên thiết bị di động

Nếu bạn sử dụng thiết bị di động hoặc chuyển nội dung video đã quay sang thiết bị di động của mình, bạn có thể sử dụng ứng dụng chỉnh sửa video chuyên dụng để chỉnh sửa video thô trước khi trực tiếp tải video hoàn chỉnh lên Youtube. Tuy nhiên, chỉnh sửa video trên điện thoại thông minh với kích thước màn hình hạn chế chắc chắn không phải là một nhiệm vụ dễ dàng bởi sử dụng giao diện cảm ứng đồng nghĩa với việc bạn không có được độ chính xác của những thao tác nhấn và kéo chuột nữa. Thế nhưng, nếu bạn đang tìm kiếm một phương thức biên tập video nhanh gọn để chia sẻ với bạn bè, người thân hoặc đăng tải trên Youtube thì việc sử dụng một trong những điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng mẫu mới nhất (chẳng hạn như iPad Pro) được trang bị bộ xử lý nhanh và có dung lượng bộ nhớ trong lớn cũng là lựa chọn không tồi.

Mặc dù chỉnh sửa trên thiết bị di động có thể dễ dàng hơn nhưng chất lượng video sẽ không giống video được chỉnh sửa trên máy tính. Tuy nhiên, bạn có thể sử dụng điện thoại thông minh hoặc máy tính bảng có kết nối Internet để tải về các công cụ chỉnh sửa có sẵn và thực hiện chỉnh sửa video bất cứ nơi đâu, bất kỳ lúc nào bạn muốn, rất tiện lợi cho các nhà quảng cáo Youtube.

Một số ứng dụng chỉnh sửa mà bạn có thể tham khảo như:

- **iMovie** - ứng dụng biên tập video tuyệt vời và có sẵn trên iphone. Đối với các thiết bị di động sử dụng hệ điều hành iOS, bạn có thể tải xuống và cài đặt ứng dụng iMovie của riêng Apple, nó sẽ hỗ trợ bạn khá nhiều trong các bước chỉnh sửa sau này. Đây là ứng dụng phù hợp để chỉnh sửa những đoạn video ngắn và up trực tiếp lên mạng xã hội. Ứng dụng này có đầy đủ các chức năng như: cắt, tua nhanh, tắt tiếng video…

- **PowerDirector** - ứng dụng miễn phí chỉnh sửa video tuyệt vời trên Android, có thể sắp xếp nhanh và cắt ghép, chỉnh sửa các clip dễ dàng trên time-line. Bao gồm các hiệu ứng chuyển cảnh, chuyển động chậm, bộ lọc màu và nhiều mẫu tiêu đề thiết kế sẵn. Bạn cũng có thể thu âm giọng nói và chỉnh sửa, cải thiện chất lượng âm thanh trong video. Ngoài ra, PowerDirector còn có tính năng tách phông xanh chuyên nghiệp như trên PC, vì vậy bạn có thể thay thế hình nền như ở các Studio chuyên nghiệp. Ứng dụng này có thể xử lý video 4K, tuy nhiên bạn sẽ mất phí khi xuất video

4K hoặc 1080 HD. Tuy nhiên, việc xuất video 720 HD miễn phí cũng đủ để bạn có thể chia sẻ trên Youtube, Facebook hay các trang mạng xã hội khác rồi.

- **Kinemaster** - ứng dụng chỉnh sửa video (miễn phí/có tùy chọn trả phí) cho cả Android và iOS. Với ưu điểm giao diện chuyên nghiệp và dễ dùng, Kinemaster có tất cả các chức năng mà bạn cần cho di động như cho phép cắt, chỉnh sửa video, audio chính xác với từng frame. Có thể tạo hai lớp video, không giới hạn các lớp văn bản hay hình ảnh và thêm tối đa bốn track âm thanh giúp pha trộn tiếng nhạc, tiếng động, lời bình một cách dễ dàng như dựng phim trên máy tính. Bên cạnh đó, nó có khả năng thêm bộ lọc màu, chỉnh độ sáng, độ bão hòa, tương phản, sáng tối và thậm chí là cả hiệu ứng chuyển cảnh 3D... đồng thời có thể xử lý phông xanh như một phần mềm biên tập chuyên nghiệp. Nó còn có rất nhiều chủ đề để chọn, các đoạn nhạc và hiệu ứng kèm theo nữa.

- **Quik** - ứng dụng chỉnh sửa khác của GoPro, dùng cho cả Android và iOS 10 trở lên. Quik có thể tạo video nhanh với vài thao tác, bạn chỉ cần thêm các video, hình ảnh từ smartphone và thiết lập độ dài cho chúng, Quik sẽ phân tích và chọn lựa những khoảnh khắc đẹp nhất, bạn vẫn có thể chỉnh lại theo ý tưởng của mình. Với Quik, bạn sẽ sở hữu một kho âm nhạc phong phú với 80 bài hát miễn phí, hoặc bạn cũng có thể chọn nhạc từ Smartphone, iTunes, Dropbox hoặc Google Drive. Sau khi hoàn thành việc chọn nhạc, Quik sẽ tự động đồng bộ nhạc với video của bạn. Sau khi hoàn thiện ghép nhạc, bạn có thể xuất file dạng HD về thư viện ảnh, sau đó chia sẻ nhanh qua kênh Youtube của mình.

Ngoài những ứng dụng đã kể trên, còn có rất nhiều ứng dụng chỉnh sửa khác để bạn tham khảo như: Videoshop – Video Editor, Cute CUT Pro, LumaFusion, GoPro Splice, Video Editor Videorama, VidLab, Vidpro hoặc Video Plus.

3.2 Chỉnh sửa video trên máy tính

Các tệp kỹ thuật số kết hợp với nội dung video HD (đặc biệt là các tệp video độ phân giải 4K) có dung lượng rất lớn và hầu hết các phần mềm chỉnh sửa chạy trên các máy tính phổ thông, iMac hoặc MacBook không thể xử lý các video vì kích thước tệp của chúng. Nếu bạn cố tải một tệp video HD dung lượng lớn vào máy tính hoặc Mac bất kỳ, phần mềm chỉnh sửa có thể bị quá tải và máy tính của bạn sẽ bị "treo" hoặc thực hiện các thao tác rất chậm. Để tránh tình trạng này, hãy giữ video của bạn ngắn gọn nhất có thể, nếu bạn đang sử dụng máy tính cũ chỉ nên tải khoảng

15 phút video thô mỗi lần.

Nếu bạn cần chỉnh sửa video HD dài hơn, hãy nâng cấp máy tính của mình bằng bộ vi xử lý nhanh hơn, mạnh hơn, cùng với đồ họa và card âm thanh hiện đại. Ngoài ra, hãy tăng dung lượng RAM và sử dụng ổ cứng gắn trong hoặc ngoài có dung lượng lớn với tốc độ đọc/ghi nhanh. Nếu bạn đang muốn sử dụng phần mềm chỉnh sửa video tiên tiến hơn, chẳng hạn như Adobe Premiere Pro trên PC hoặc Mac, thì máy tính của bạn cần đáp ứng hoặc vượt quá các yêu cầu phần cứng đủ để xử lý được khả năng đọc và lưu trữ dữ liệu.

Các gói phần mềm này có thể được mua và tải xuống trực tiếp từ các trang web của nhà phát triển thiết bị tương ứng. Trong một số trường hợp, chúng cũng có sẵn từ Windows Store hoặc Apple Mac App Store (có thể truy cập từ máy tính Mac của bạn bằng cách nhấp vào biểu tượng App Store được hiển thị dọc theo thanh công cụ ngang).

Nhiều ứng dụng chỉnh sửa video đắt tiền hơn, bao gồm Adobe Premiere Pro CC và Final Cut Pro X dành riêng cho Apple có cung cấp phiên bản dùng thử miễn phí 30 ngày, bạn có thể tải xuống từ trang web của nhà cung cấp. Trước khi quyết định đầu tư vào chúng, hãy tải xuống và sử dụng các phiên bản dùng thử của một số gói để giúp bạn quyết định loại nào là phù hợp nhất với mình.

Dưới đây là một số gợi ý cho bạn về phần mềm chỉnh sửa video trên máy tính được nhiều Youtuber tin tưởng sử dụng:

Các phần mềm bán chuyên:

- Phần mềm chỉnh video **Camtasia 9**: Đây là phần mềm miễn phí và chỉnh sửa khá cơ bản, đầy đủ các tính năng và có tính ổn định để giúp bạn có thể chỉnh sửa một video clip ưng ý. Ưu điểm: giao diện trực quan và khả năng xuất file nhẹ, nhanh hơn so với các phần mềm khác. Nhược điểm: Thiếu bộ lọc màu, khả năng tùy biến chưa cao. Nếu bạn đang muốn chỉnh sửa video ở dạng cơ bản như: chèn thêm chữ, thêm hiệu ứng, tách nhạc, tách tiếng, thêm nhạc… thì Camtasia 9 rất đáng để bạn lựa chọn.

- Phần mềm **Shotcut** (ứng dụng chỉnh sửa video cho Youtube tốt nhất): ứng dụng miễn phí này là lựa chọn lý tưởng cho các Youtuber muốn cắt, biên tập, chỉnh sửa video. Trình sửa này hỗ trợ định dạng video và âm thanh khác nhau cùng với nhiều lựa chọn hiệu ứng và công cụ chỉnh sửa màu sắc. Shotcut hỗ trợ cho

cả Mac, Window và Linux, vì vậy bất kể bạn đang chạy trên hệ điều hành nào thì đều có thể cài đặt ứng dụng này.

Các phần mềm chuyên nghiệp:

Đối với những video cần sáng tạo, chuyên nghiệp hơn, bạn có thể lựa chọn những phần mềm dưới đây:

- **Final cut pro** - phần mềm chỉnh sửa video chuyên nghiệp đỉnh cao nhất của Apple. Được đánh giá là thao tác dễ sử dụng cho người mới bắt đầu với đầy đủ các tính năng cơ bản nhưng vẫn đảm bảo các tính năng nâng cấp cao dành cho những video cầu kỳ hơn. Với điểm cộng giao diện đẹp, dễ sử dụng, hiệu suất tuyệt vời, Final cut pro phù hợp cho những bạn tạo video solo, các Youtubers cho đến nhà quay phim chuyên nghiệp. Điểm mạnh của nó là có thể xem trước video, áp dụng chỉnh màu và khắc phục sự cố âm thanh bằng các công cụ tích hợp. Bên cạnh đó, Final cut pro chứa các mẫu đồ họa chuyển động, bộ lọc video và hiệu ứng video có thể dùng để nâng cao khả năng kể chuyện, tính năng sáng tạo tự động đưa các clip, ghép clip vào đúng vị trí khi di chuyển trên dòng thời gian, tiết kiệm thời gian điều chỉnh mỗi khi bạn chèn thêm cái gì đó mà không gây sự dịch chuyển cho các phần còn lại của video. Ứng dụng có thể xuất thành định dạng video lên đến 4K (4K được hỗ trợ cho Youtube). Hạn chế: chỉ tương thích với người dùng hệ điều hành MacOS.

- **After Effect** - phần mềm độc quyền và gần như không có đối thủ nào sở hữu những tính năng như vậy, nó quen thuộc đối với những ai am hiểu về chuyên ngành dựng phim. Đây là phần mềm chuyên về đồ họa được tạo ra với mục đích xử lý những hiệu ứng video và kết hợp làm chuyển động số. Chính vì vậy, After effect còn được gọi là phần mềm đồ họa động.

Phần mềm After Effect sở hữu tính năng chuyên sâu về kỹ xảo video và xử lý chuyển động, hỗ trợ những bộ phim hoạt hình đẹp mắt, những thước phim quảng cáo sinh động, hấp dẫn hay những kỹ xảo chuyển động bất ngờ trong phim cổ trang. Có thể nói After Effect gần như làm được nhiều điều mà những phần mềm đồ họa khác không thể làm như tạo ra những hiệu ứng hình xuất sắc trong thời gian ngắn, xử lý ảnh 3D tốt, tạo đường viền chuẩn... Bên cạnh đó, After Effect còn có khả năng thích hợp với nhiều hệ điều hành khác nhau.

Phần mềm đồ họa After Effect được ứng dụng nhiều nhất trong các lĩnh vực như: truyền hình, quảng cáo, thiết kế đồ họa, game...

Nếu bạn đang muốn tìm cho mình một phần mềm có thể tạo hiệu ứng chuyển động nhanh, kiểm soát bóng, chiều sâu, phản xạ tốt, vậy thì đừng nên bỏ qua phần mềm After Effect.

- **Adobe premiere Pro** - phần mềm phổ biến và lý tưởng nhất mà bạn không thể bỏ qua. Phần mềm này giúp biên tập, chỉnh sửa, dựng phim và biên tập video chuyên nghiệp. Đối với các Youtuber, vlogger hay influencer thì đây chính xác là một phần mềm không thể thiếu khi sản xuất các video clip hoàn chỉnh.

Điểm mạnh: Giao diện dễ sử dụng, khả năng tùy biến cao, phần hiệu ứng được trang bị nhiều effect thông dụng, phần chỉnh màu được tích hợp sẵn Lumetri Color giúp chỉnh màu dễ dàng, ngoài ra bạn có thể add thêm preset hay LUTs màu để tăng thêm độ đa dạng hiệu ứng trong Premiere của mình. Có thể cài đặt Premiere trên nhiều hệ điều hành khác nhau, hỗ trợ xử lý video, hình ảnh, hiệu chỉnh âm thanh trực tiếp trên ứng dụng… và thực hiện các kỹ xảo trong các cảnh quay hay clip. Premiere còn là phần mềm đồ họa cho phép thực hiện phụ đề, intro đầu phim, chèn hình ảnh và logo. Bên cạnh đó, Adobe Premiere Pro còn hỗ trợ các tính năng chỉnh sửa 3D, góp phần khẳng định vị thế của mình trong vô số các phần mềm cùng loại. Phần mềm này cho phép dựng và xuất video với công nghệ tối ưu, độ phân giải cao lên tới 4K, tạo nên chất lượng video cực sắc nét.

Hạn chế: có thể gây chút khó khăn cho những người mới bắt đầu học làm video vì giao diện gồm nhiều tính năng, thanh công cụ, gây rối mắt.

- **Adobe Premiere Pro CC** - phần mềm này có sẵn cho cả máy tính và Mac. Adobe Premiere Pro CC là một trong những gói chỉnh sửa video chuyên nghiệp và tiên tiến nhất hiện có. Nó được cung cấp dưới dạng gói riêng nhưng cũng tích hợp hoàn hảo với các ứng dụng khác trong Adobe Suite Creative Suite, cũng như với dịch vụ chia sẻ, lưu trữ tệp trực tuyến Adobe Creative Cloud. Bạn có thể trả phí đăng ký hằng tháng để sử dụng phần mềm này mà không cần hoàn toàn mua nó. Adobe Premiere Pro CC hỗ trợ tất cả các định dạng tệp âm thanh, video phổ biến và cho phép tạo các sản phẩm video chất lượng HD trên máy tính hoặc Mac. Điểm ưu việt của phần mềm này là nó hoạt động tương thích với hầu hết các công cụ tạo nội dung khác của Adobe như: Photoshop CC, InDesign CC, After Effects CC và Prelude CC. Trên thực tế, với một khoản phí cố định hằng tháng cho một tài khoản, bạn có thể có quyền truy cập không giới hạn vào hầu như tất cả các ứng dụng Adobe.

Adobe Premiere Pro CC 2018 là một chương trình chuyên nghiệp để chỉnh sửa video không tuyến tính. Ứng dụng này cung cấp khả năng chỉnh sửa chất lượng cao về độ phân giải video từ 4K trở lên, với màu 32-bit, cả trong không gian màu RGB và YUV. Chỉnh sửa các mẫu âm thanh, hỗ trợ các trình cắm thêm âm thanh VST (plug-in) và âm thanh 5.1. Kiến trúc trình cắm thêm Premiere Pro cho phép bạn nhập và xuất các tài liệu chứa QuickTime hoặc DirectShow đồng thời hỗ trợ một số lượng lớn các định dạng video và âm thanh từ MacOS và Windows.

- **Lightworks** (ứng dụng chỉnh sửa phim tốt nhất) - phần mềm chỉnh sửa video chuyên nghiệp. Ứng dụng này cung cấp nhiều công cụ giúp bạn có thể chỉnh sửa, cắt ghép video nhanh và chính xác, thêm hiệu ứng cho các đoạn video, hay loại bỏ các thành phần không mong muốn và thêm hay đổi nhạc nền cho video.

- **Davinci Resolve 16** - phần mềm cắt video mới nhắm đến đối tượng là các Youtuber. Được biết đến là phần mềm rẻ tiền và tốt không kém ứng dụng cắt và chỉnh sửa video của Adobe Premiere Pro CC.

So với các phần mềm khác Davinci Resolve 16 tối ưu hóa dành riêng cho dân Youtube. Điểm nhấn là giao diện tối màu khá đẹp mắt và chuyên nghiệp. Phần mềm có riêng một mô-đun tách biệt với trang chỉnh sửa hiện tại giúp bạn có thể chuyển đổi qua lại dễ dàng, bên cạnh đó tính năng Timeline kép mới cho phép người dùng có thể xem toàn bộ video đã dựng ở bên trên và khu vực đang cắt hoặc chỉnh sửa bên dưới, xuất file nhanh và cho phép upload file trực tiếp lên Youtube từ bất kỳ đâu trong phần mềm. Đặc biệt Davinci Resolve 16 cung cấp đầy đủ các công cụ gồm import, cắt, trộn âm thanh, phối màu... và một tính năng khác tên source tape. Tính năng này giúp bạn xem qua tất cả các khung hình và tìm phần bạn muốn chỉnh sửa ngay trên timeline.

- **Sony Vegas Pro:** Nếu như ứng dụng chỉnh sửa video chuyên nghiệp Adobe After Effect hay Adobe Premiere... để sử dụng được cần phải có một chiếc máy tính với cấu hình tương đối khủng, thì với ứng dụng Sony Vegas - phần mềm làm video nhẹ mà cực chuẩn dành cho người dùng chưa đủ điều kiện trang bị một cây PC cấu hình khủng.

Sony Vegas Pro là phần mềm chỉnh sửa video có giao diện hiện đại mang tới trải nghiệm hoàn toàn linh hoạt, dễ sử dụng nhưng vẫn giữ đc tính chuyên nghiệp không kém các phần mềm biên tập video mà các nhà thiết kế đồ họa chuyển động thường sử dụng.

Sony Vegas Pro cũng cung cấp cho người sử dụng các công cụ hỗ trợ giúp biên tập video một cách chuẩn nhất như kéo thả, cắt phim giống như các phần mềm chuyên nghiệp khác. Bên cạnh các công cụ chỉnh màu, hiệu ứng cho video… phần mềm này còn tích hợp bộ giải mã âm thanh chất lượng cao, giúp bạn chèn âm thanh vào mà không bị giảm chất lượng khi chia sẻ lên những trang web khá và có thể Mixing hòa trộn âm thanh trong video. Đặc biệt Sony Vegas Pro cho phép bạn xuất file theo chất lượng tùy ý, có độ nét cao không kém Adobe After Effect hay Adobe Premiere với các chất lượng như SD, HD cho đến 2K và lên tới 4K.

3.3 Chỉnh sửa video trên Trình chỉnh sửa video của Youtube

Một tùy chọn khác là tải trực tiếp đoạn phim thô chưa được chỉnh sửa của bạn lên Youtube, sau đó sử dụng Trình chỉnh sửa video của Youtube để chỉnh sửa video của mình. Ứng dụng này được chạy trực tiếp từ trình duyệt web của bạn. Ưu điểm lớn nhất mà Trình chỉnh sửa video mang đến là chúng có thể giúp bạn chỉnh sửa những video có dung lượng lớn đã được tải lên Youtube, điều mà các phần mềm khác có thể bị hạn chế. Tuy nhiên, các công cụ chỉnh sửa được cung cấp bởi Trình chỉnh sửa video của Youtube chỉ giúp bạn chỉnh sửa video ở những bước cơ bản nhất. Nếu bạn đang muốn tạo video đại diện cho công ty, sản phẩm hoặc dịch vụ của mình thì Trình chỉnh sửa này sẽ không đủ khả năng để tạo hiệu ứng cũng như giao diện chuyên nghiệp cho video.

4. Một số lưu ý khi quay video

4.1 Trước giờ quay video

Nếu bạn đang muốn bắt đầu sản xuất video, chiến lược tốt nhất để thành công là hãy giữ cho video của mình nhất quán từ quan điểm sản xuất cho đến nội dung, quan trọng nhất là truyền tải được thông điệp đến với người xem. Nhanh chóng xây dựng được thương hiệu và cộng đồng khán giả của riêng mình. Dù bạn muốn video của mình có chất lượng và hình ảnh đẹp nhưng nội dung video vẫn là một nhân tố quan trọng mà bạn cần phải chú ý. Hãy xem xét những yếu tố dưới đây trước khi bắt tay vào công việc sản xuất video của mình:

- ***Nơi bạn sẽ quay video***

Cho dù đó là khu vực trong nhà hay ngoài trời, hãy chọn một địa điểm thích hợp có thể giúp bạn kể câu chuyện của mình, truyền đạt thông điệp mà không làm khán giả mất tập trung. Trước khi

đưa ra những quyết định, hãy xem xét những điều kiện về ánh sáng và âm thanh mà bạn sẽ gặp phải, cần đảm bảo rằng bạn có thiết bị sản xuất phù hợp để những yếu tố này không gây ảnh hưởng đến chất lượng video.

Mặc dù bạn có thể cải thiện một số khía cạnh của chất lượng video trong quá trình hậu kỳ, nhưng lý tưởng nhất là bạn có thể kiểm soát môi trường bên trong và xung quanh vị trí mình quay phim để dễ dàng điều chỉnh ánh sáng và kiểm soát được âm thanh mà bạn muốn đưa vào video - tiếng ô tô, máy móc hoặc tiếng ồn xung quanh khiến khán giả khó theo dõi.

Nếu bạn đang quay một buổi ra mắt sản phẩm, hãy dựng một phông nền vững chắc để khán giả tập trung vào sản phẩm hoặc người phát ngôn. Tuy nhiên, nếu bạn đang quay một báo cáo kiểu tin tức hoặc một chuyến tham quan nhà máy, nền video có thể là một phần quan trọng của thông điệp mà bạn đang cố gắng truyền tải.

Như đã biết, dù bạn thực hiện quay video ở không gian nào, chúng cũng có thể đem đến cho bạn những khó khăn nhất định. Chẳng hạn, khi ở trong nhà, ánh sáng nhân tạo hoặc bóng điện có thể tạo ra những phản sáng không như ánh sáng như mong muốn của bạn. Khi thực hiện quay ở ngoài trời, sự bất tiện có thể đến từ phản xạ mặt trời, tiếng ồn xung quanh, mưa, gió... Vì vậy, khâu lựa chọn thiết bị quay phù hợp là điều cần thiết dành cho những nhà sản xuất video như bạn.

- ***Nhân vật chính trong video***

Bạn muốn ai là người xuất hiện trong video của mình và truyền tải thông điệp quảng cáo cho bạn? Khi lựa chọn nhân vật chính, hãy chú ý đến mọi khía cạnh như ngoại hình, giọng nói, tính cách, trang phục, biểu cảm... Tất cả những yếu tố này rất quan trọng trong việc tạo ấn tượng đầu tiên và thiết lập khả năng tương tác với khán giả của bạn.

Nhân vật chính có thể định hình được đặc điểm về tệp khách hàng mới của bạn. Ngoại hình được chăm chút kỹ càng sẽ dễ gây được thiện cảm và thu hút được nhiều khán giả hơn. Hãy lên bố cục nhân vật của mình một cách rõ ràng và chỉ ra những đạo cụ nào sẽ cần thiết để giúp họ xuất hiện tự nhiên trước máy ảnh. Họ sẽ được giữ hoặc tương tác với các sản phẩm cụ thể hay giới thiệu về dịch vụ nào? Họ sẽ trông tự nhiên và thoải mái hơn khi ngồi hay đứng? Họ sẽ hấp dẫn hơn đối với khán giả của bạn khi nhìn

thẳng vào camera hay góc quay nào?

- ***Ánh sáng cần thiết***

Ánh sáng quyết định phần lớn chất lượng video và đây là điều bạn cần để ý nhiều hơn. Nếu bạn sử dụng quá nhiều ánh sáng, video của bạn sẽ sáng quá mức và mọi thứ sẽ bị lu mờ. Nếu có quá ít ánh sáng, mọi thứ sẽ tối đi, màu sắc và chi tiết hình ảnh sẽ bị che khuất. Tùy thuộc vào không gian ghi hình, bạn có thể sử dụng các bộ ánh sáng cũng như các bộ khuếch tán ánh sáng để tạo ánh sáng hợp lý trong quá trình quay video. Ngay cả khi bạn chụp ngoài trời, ánh sáng nhân tạo vẫn có thể giúp tạo ra ánh sáng tối ưu xung quanh đối tượng bạn muốn khán giả hướng đến trong video. Khi đèn nhân tạo không đủ điều khiển ánh sáng, bộ khuếch tán có thể giúp bạn loại bỏ bóng hoặc ánh sáng không mong muốn, bên cạnh đó đèn phản xạ giúp chuyển hướng ánh sáng vào đối tượng của bạn.

- ***Âm thanh cần thiết***

Hãy ngừng lại một chút, bạn có nghe thấy tiếng quạt từ máy tính, tiếng đồng hồ kêu tích tắc, tiếng xe cộ ở xa, điện thoại reo, mọi người đi lại và nói chuyện trong phòng bên cạnh hoặc tiếng máy điều hòa không? Nếu bạn bắt đầu quay phim ngay lúc này, micro máy ảnh sẽ thu được tất cả những âm thanh xung quanh đó. Đây đều là những âm thanh gây mất tập trung mà bạn muốn loại bỏ.

Rất có thể, micro tích hợp trong máy ảnh không thể đạt được chất lượng âm thanh ở mức cao như yêu cầu của bạn. Do đó, bạn sẽ cần phải gắn micro rời thích hợp nhất vào máy ảnh của mình. Các loại micro khác nhau có mục đích chuyên biệt. Một số micro rời được thiết kế để chỉ thu những âm thanh của tiếng nói, trong khi số khác lại thu tất cả tiếng ồn xung quanh trong khu vực bạn quay phim. Ngoài ra còn có các kiểu micro khác nhau, chẳng hạn như micro cầm tay, micro cài áo... mỗi loại đều phù hợp để ghi âm trong các tình huống khác nhau. Bạn cần phải chọn giữa các biến thể có dây và không dây của micro, cũng như các phụ kiện chuyên dụng để chúng có thể giúp bạn loại bỏ tiếng ồn không mong muốn trong video của mình.

- ***Chuẩn bị máy ảnh/điện thoại để quay video***

Sau khi đã lựa chọn một chiếc máy quay phù hợp với nhu cầu của mình, bạn nên chú ý đến dung lượng pin của nó và chuẩn bị thêm hai hoặc ba pin sạc đầy nữa. Không dễ dàng để quay được một

video dài 5 đến 10 phút trong lần đầu tiên, vậy nên việc bạn phải quay video dài hơn 60 phút thô để tạo ra một video hoàn chỉnh dài 5 phút là hoàn toàn bình thường và bạn cần chuẩn bị pin đủ để đáp ứng việc quay trong thời gian dài.

Làm sạch ống kính máy ảnh trước khi chụp là điều cần thiết mà bạn nên chú ý. Ngay cả những hạt bụi nhỏ nhất hay dấu vân tay cũng có thể khiến nội dung video của bạn không dùng được. Hãy sử dụng miếng vải chuyên dụng để lau sạch ống kính trước khi bắt đầu. Cuối cùng, hãy xem bạn đã chuẩn bị đầy đủ những phụ kiện cần thiết như: chân máy, bộ chống rung, bộ hỗ trợ ánh sáng (nếu có) và micro rời để sẵn sàng cho việc quay không bị gián đoạn hay chưa?

4.2 Trong quá trình ghi hình

Ngay cả khi mục tiêu của bạn là tạo một video dài 2 đến 3 phút, bạn vẫn nên tiếp tục quay những nội dung bổ sung khác, có thể bạn sẽ cần sử dụng chúng trong quá trình chỉnh sửa sau này. Hãy lập kế hoạch thật chi tiết khi bắt đầu, như vậy thời gian quay của bạn sẽ được rút ngắn và đem lại hiệu quả cao hơn. Bạn không cần ghi các cảnh theo thứ tự, vì chúng hoàn toàn có thể được sắp xếp lại trong khi chỉnh sửa video sau này.

Là một nhà sản xuất video, bạn sẽ cần chú ý liên tục đến từng chi tiết trong suốt quá trình quay như ánh sáng, âm thanh và các vấn đề liên quan khác. Chẳng hạn, nếu bạn quay một cảnh nhưng thời gian kéo dài hơn một ngày, hãy đảm bảo rằng hình ảnh giống hệt nhau từ ngày này sang ngày khác. Từ sự xuất hiện của những người góp mặt trong video đến ánh sáng, bối cảnh, vị trí về các đạo cụ hay bất cứ thứ gì khác có thể nhìn thấy hoặc nghe thấy.

- Người xem thích một video có nhiều góc quay

Thông thường, việc sản xuất video của bạn sẽ chuyên nghiệp hơn nếu bạn đồng thời quay từng cảnh trong video bằng nhiều máy quay cùng một lúc, mỗi máy ở một góc hoặc vị trí khác nhau. Sau đó, bạn có thể chọn những cảnh mà mình muốn sử dụng và chuyển đổi giữa các góc quay để tạo ra một video trực quan thú vị hơn, tránh cảm giác nhàm chán cho khán giả khi xem. Điều này được thể hiện rõ ràng trên phim ảnh và các chương trình truyền hình khác.

Nếu bạn không có kinh phí cũng như nhân lực trong việc sử dụng nhiều máy quay cùng một lúc, hãy thực hiện quay nhiều lần và

đặt các góc quay khác nhau. Việc này sẽ cung cấp cho bạn nhiều tùy chọn trong quá trình chỉnh sửa video của mình sau đó.

- Xác định, trình bày và lặp lại thông điệp của bạn

Bạn nên xác định được thông điệp một cách rõ ràng trước khi lên kế hoạch nội dung cho video của mình. Sau đó, hãy trình bày nó trong vòng 6 đến 15 giây đầu tiên bởi người dùng có nhiều khả năng bỏ qua video sau 10 giây nếu nội dung không thu hút họ. Thông điệp của bạn cần được nổi bật, trình bày bằng nhiều cách và lặp lại xuyên suốt trong video. Hãy làm cho nó mang một "giọng nói" tự nhiên nhất để thu hút khán giả.

Hãy đặt mình ở vị trí của người xem để tư duy cách thức triển khai quảng cáo. Đừng khiến video của bạn trở nên quá thô cứng và thương mại hóa. Bên cạnh đó, bạn cần cung cấp cho họ những giá trị hữu ích không chỉ trong quảng cáo mà chúng còn phải được áp dụng chính xác trong từng sản phẩm, dịch vụ của bạn. Như vậy, bạn mới có nhiều cơ hội được tương tác với khách hàng sau này.

- Đừng quên sử dụng lời kêu gọi hành động trong video (CTA)

Hãy sử dụng lời kêu gọi hành động để nói với người xem bạn đang muốn họ làm gì sau khi xem xong video của bạn. Chẳng hạn: "Để tiết kiệm ngay 49k, hãy nhấp vào đường link dưới đây để đặt hàng" hoặc là "Để trở thành khách hàng đầu tiên sử dụng sản phẩm (dịch vụ) này, hãy liên hệ với chúng tôi theo hotline 0123456789".

Bạn có thể tham khảo một số mẹo để trình bày lời kêu gọi hành động dưới đây:

● Trình bày lời kêu gọi hành động ở gần đầu và cuối video của bạn, lặp lại ít nhất một lần trong video. Gần như bạn đã thành công khi người dùng xem video của bạn từ đầu đến cuối, vì vậy, đừng quên trình bày lời kêu gọi hành động của bạn khi kết thúc video.

● Nêu rõ những ưu đãi và lợi ích mà khách hàng nhận được sau khi họ thực hiện lời kêu gọi hành động.

● Lời kêu gọi hành động đơn giản, dễ hiểu, dễ thực hiện.

● Nhúng các liên kết hoặc chú thích cũng như các lời kêu gọi hành động của bạn trong video và sử dụng các tiêu đề để củng cố những

gì bạn nói. Bên cạnh đó, bạn cũng có thể sử dụng văn bản trong phần mô tả video để nhấn mạnh lời kêu gọi hành động của mình.

- Xác định nội dung chính của video nhanh chóng

Mọi người thường bị thu hút rất bởi rất nhiều những thứ mới lạ trên Youtube, vì vậy nếu bạn không thu hút được họ trong vòng 6 - 10 giây đầu tiên, họ sẽ bỏ qua video của bạn để đến với những video mới hơn. Thông thường video sẽ có khoảng 10 giây đầu, mọi Youtuber đều mặc định đó là đoạn introduction của video. Vì vậy, hãy thu hút họ ngay từ những giây đầu tiên.

Sau đó, trong vòng 5 đến 15 giây tiếp theo, hãy đảm bảo rằng bạn đã truyền đạt cho người xem nội dung toàn video, lời kêu gọi hành động và thông điệp một cách đầy đủ. Trong vòng từ 5 đến 15 giây đó, người xem có thể xác định cho mình rằng đây có phải là video hữu ích hay không. Và mặc dù họ có bỏ qua video sau 15 giây, ít nhất họ đã tiếp cận được thông điệp mà bạn đang muốn truyền tải.

Hãy chú ý đến đối tượng bạn đang muốn tiếp cận, nội dung bạn đang muốn truyền đạt và cách thức bạn đang sử dụng. Dù chưa có nghiên cứu chính xác về độ dài tối ưu nhưng bạn nên tạo ra những video ngắn hơn là một video dài. Các video ngắn dễ dàng thu hút và giữ chân người xem lâu hơn so với những video dài. Hơn thế nữa, video ngắn có nhiều khả năng hơn trong việc tạo ra một sự tương tác chất lượng sau khi người xem đã xem hết video. Với việc tạo ra nhiều video trong kênh của bạn và trên Google, thứ hạng SEO tổng thể của bạn sẽ được cải thiện. Điều này làm tăng cơ hội ai đó tìm thấy kênh của bạn bằng chức năng tìm kiếm trên Youtube hoặc Google.

Đối với mỗi video, bạn nên sử dụng tiêu đề, mô tả, từ khóa, thẻ tag hấp dẫn và chính xác. Hãy chỉ định từng loại danh mục nội dung và sắp xếp các video một cách phù hợp. Sau đó, trên kênh Youtube của bạn, hãy liên kết các video liên quan vào danh sách phát cho khán giả và hiển thị chúng trong các danh mục phù hợp dựa trên chủ đề hoặc nội dung của họ.

- Áp dụng quy tắc ⅓ khi quay

Trong quy tắc ⅓, hình ảnh được chia làm ba phần bằng nhau theo chiều ngang chiều dọc. Chủ thể chính thường được đặt ở các đường giao nhau hoặc các điểm giao nhau để hình ảnh được mở rộng về không gian và cân đối.

Không chỉ chụp ảnh, việc áp dụng quy tắc ⅓ khi quay phim cũng làm cho không gian được mở rộng hơn, nhân vật được nhấn mạnh hơn so với khi bạn hướng ống kính vào chính diện đối tượng. Việc quay phim từ một góc độ hoặc các góc khác nhau sẽ tạo ra một cảnh quay hấp dẫn hơn nhiều. Bạn hãy xem xét khung cảnh tổng thể, định vị máy ảnh của bạn ở phía trên, bên dưới hoặc bên cạnh đối tượng để thu được hình ảnh trực quan thú vị.

Bạn cũng có thể sử dụng ống kính zoom máy ảnh để chuyển đổi giữa các hình ảnh chụp cận viễn cảnh, toàn cảnh rộng, toàn cảnh hẹp, trung cảnh rộng, trung cảnh hẹp, cận cảnh và đặc tả. Trong khi quay, bạn có thể chuyển đổi ảnh bằng cách thu phóng thủ công như: dừng hành động, đặt lại vị trí và lấy nét lại máy ảnh của bạn, sau đó khởi động lại tiếp tục quay. Việc này sẽ giúp bạn dễ dàng chỉnh sửa trong từng cảnh hoặc chuyển cảnh khi cần thiết.

Tuy nhiên, quy tắc chỉ là quy tắc và không phải lúc nào bạn cũng phải tuân theo. Hãy nhớ rằng một phần của việc trở thành một nhà quay phim lành nghề là khai thác sự sáng tạo và thử nghiệm của riêng bạn. Chọn ảnh và phối cảnh hấp dẫn trực quan và có khả năng nghệ thuật, nhưng tuyệt đối đừng làm mờ nhạt thông điệp bạn đang muốn truyền tải cho khán giả. Bạn cũng có thể chèn logo thương hiệu vào video của mình trong quá trình chỉnh sửa hậu kỳ để tăng sự nhận diện thương hiệu trong mắt người dùng.

- Hãy giữ cho máy quay ổn định

Dù bạn đang muốn quay những đoạn video có tính chất như thế nào thì việc bạn giữ cho máy quay ổn định luôn là cần thiết. Hãy sử dụng chân máy hoặc thiết bị chống rung để chất lượng video của bạn đạt mức tốt nhất.

- Đừng quên việc xây dựng thương hiệu của bạn

Bất kể mục đích của video của bạn là gì, là quảng cáo hay hướng dẫn, giải trí hay để trình diễn một sản phẩm thì việc xây dựng thương hiệu luôn là điều cần thiết. Hãy hiển thị logo công ty và URL trang web của bạn trong video, thậm chí là chữ ký cuối video hay trong phần mô tả. Nó sẽ dễ dàng giúp bạn tăng khả năng nhận diện thương hiệu trong mắt khách hàng.

Hãy nhớ rằng, không ai muốn xem quảng cáo, nhưng mọi người sẽ đầu tư thời gian để xem video có cung cấp thông tin hữu ích về sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ quan tâm, miễn là người xem nhận

thấy những gì họ đang xem là có giá trị, chính xác và đáng tin cậy. Vì vậy, việc tạo ra những video hữu ích, chất lượng sẽ là cách giúp mọi người tin tưởng và nhớ đến bạn lâu hơn.

4.3 Quá trình hậu kỳ - Chỉnh sửa video

Mặc dù cảnh quay của bạn có "mượt" đến đâu thì đó cũng mới chỉ là video thô và bạn không thể bỏ qua bước chỉnh sửa hậu kỳ để có một video hoàn chỉnh. Tất cả những gì bạn cần đảm bảo để có một video hấp dẫn là video của bạn phải có chất lượng âm thanh và ánh sáng tốt, cảnh quay nét, chuyển cảnh tự nhiên và nội dung nhất quán. Tùy vào khả năng mà bạn có thể sử dụng những công cụ chỉnh sửa video sao cho thích hợp nhất. *(Các công cụ chỉnh sửa video đã được trình bày cụ thể ở mục 3 phía trên).*

Chương V

Cách tối ưu hiệu quả cho kênh Youtube của bạn

1. Các kỹ thuật tối ưu hiệu quả cho kênh Youtube của bạn

1.1 Tối ưu cho kênh

Kênh Youtube nếu được tối ưu hóa tốt sẽ giúp xếp hạng video tốt hơn bởi "Trang kênh được tối ưu tốt = nhiều subscribe + view hơn"; kênh của bạn sẽ tự xếp hạng trên Youtube. Từ đó cải thiện thứ hạng của bạn.

Nếu muốn trang kênh của mình thật hoàn chỉnh và chuyên nghiệp, đừng quên những điều sau:

Đặt tên

Đặt cho kênh của bạn một cái tên thích hợp sẽ tạo ra sự khác biệt về khả năng ghi nhớ của người xem. Nếu tên kênh của bạn ngắn và hấp dẫn, mọi người sẽ không gặp khó khăn khi nhớ tên người dùng và tìm kiếm bạn. Tên người dùng của bạn không chỉ phản ánh bạn là ai mà còn cả nội dung mà kênh của bạn cung cấp. Hãy đầu tư một chút thời gian vào bước này, vì tên của bạn sẽ đại diện cho bạn trong cộng đồng Youtube.

Tên kênh nên chứa từ khóa bạn đang nhắm đến. Trừ khi muốn xây dựng thương hiệu riêng, bạn có thể để tên mình, tên thương hiệu hoặc tên công ty của bạn.

Lưu ý: URL rút gọn của kênh cũng nên chứa từ khóa.

Ảnh đại diện và ảnh bìa

Ảnh đại diện và ảnh bìa - đây là hai nhân tố đóng vai trò như avatar và cover của Facebook, cũng là ấn tượng đầu tiên khi người xem truy cập vào kênh Youtube của bạn. Vì vậy, sự đặc trưng và ấn tượng là điều bắt buộc đối với hình ảnh này.

Ảnh đại diện thường được sử dụng là logo của thương hiệu, sản phẩm của bạn. Yêu cầu của hình đại diện là phải thật nổi bật, rõ ràng, chất lượng cao.

Ảnh bìa phải được cập nhật thường xuyên với những thiết kế linh hoạt, thể hiện được hình ảnh thương hiệu. Có rất nhiều cách khác nhau để giúp ảnh bìa trở nên thu hút hơn trong mắt khán giả, làm tăng khả năng tương tác. Dưới đây là một số tips nhỏ mà bạn nên áp dụng khi thiết kế banner Youtube trên kênh của mình:

- Tạo sự nhất quán với thương hiệu

Hãy sử dụng những hình ảnh cụ thể, gần gũi với thương hiệu, nhưng cũng cần mang đậm dấu ấn cá nhân và thiết kế ảnh sao cho phù hợp với tầm nhìn và giá trị của doanh nghiệp. Các chi tiết trên ảnh bìa Youtube cũng không khác gì với ảnh bìa thông thường như: thông điệp, màu sắc, font chữ, hình ảnh, biểu tượng, logo… Bạn cần chú ý ảnh bìa kênh Youtube phải phù hợp với nhãn hiệu, màu sắc và thiết kế của hình thu nhỏ video, kết hợp với một tiêu đề nền hấp dẫn sẽ mang lại cho kênh của bạn một cái nhìn và bầu không khí độc đáo.

Tiêu đề kênh là một trong những điều đầu tiên mà người xem nhìn thấy. Có nền tiêu đề chung sẽ chỉ cho người xem thấy rằng kênh của bạn không có chất lượng cao và rất có thể họ sẽ lướt qua nó. Khi bạn tạo một tiêu đề nền hấp dẫn, đồng nghĩa với việc bạn đã giúp người đăng ký tiềm năng thấy được những đặc điểm (sản phẩm, dịch vụ) khác biệt mà bạn phải cung cấp.

- Tập trung tất cả thông tin trong khu vực an toàn

Về cơ bản, bố cục là cách chia hình ảnh thành nhiều phần nhỏ, hãy cố gắng điền vào những phần này càng nhiều càng tốt, tuy nhiên cần lưu ý rằng khu vực an toàn là nơi dành cho những thông tin quan trọng nhất. Không gian ở giữa ảnh bìa có kích thước 1546×423 pixel, đây chính là khu vực tối thiểu đảm bảo không bị cắt xén trên bất kỳ thiết bị nào, ngoài ra, những phần khác trong ảnh có thể bị cắt xén xung quanh không gian trung tâm này.

Vì vậy, khi tạo ảnh bìa cho kênh Youtube của mình, bạn nên dành

những nội dung thông tin quan trọng nhất ở không gian trung tâm này như: logo, lời giới thiệu ngắn, từ khóa chính về sản phẩm hoặc slogan thương hiệu…

- Sử dụng hình ảnh có chất lượng cao

Nếu ảnh bìa có độ phân giải thấp, hình ảnh kém chất lượng hoặc out date sẽ để lại ấn tượng xấu cho người xem về mặt thiết kế. Việc sử dụng hình ảnh có chất lượng cao, hấp dẫn, sắc nét là một yếu tố giúp bạn cải thiện tỷ lệ chuyển đổi trên kênh. Bởi hình ảnh sắc nét mang đến cho người dùng ấn tượng tốt về sản phẩm, họ dễ dàng tưởng tượng chi tiết về nó, từ đó có lòng tin đối với thương hiệu.

- Thể hiện rõ mục đích của kênh

Ví dụ bạn thành lập một kênh Youtube chuyên upload những video về thiết bị công nghệ, vậy không thể nào thiết kế banner như đang bán đồ ăn đúng không? Hình ảnh trên ảnh bìa phải chứa các chi tiết thể hiện rõ mục đích tạo kênh Youtube của bạn, có như vậy, người xem mới thực sự hiểu rõ kênh của bạn muốn truyền tải nội dung gì một cách nhanh nhất.

- Tham khảo dịch vụ thiết kế chuyên nghiệp

Nếu bạn chẳng phải là một designer (người thiết kế) và cũng không có khả năng thiết kế tốt, hãy suy nghĩ đến việc thuê những dịch vụ thiết kế chuyên nghiệp để giúp bạn trình bày hình ảnh, thông điệp, màu sắc bố cục… biến ý tưởng thiết kế của mình trở thành sản phẩm có thẩm mỹ cao, gây ấn tượng cho người xem.

Từ khóa về kênh

Người xem thường có thói quen tìm kiếm trên Google, Youtube những từ khóa nhất định để tìm nội dung mà họ muốn tìm hiểu. Và tất nhiên khi đó họ không chỉ tìm đúng video của bạn, kết quả họ nhận lại chính là một danh sách các video có nội dung tương tự nhau. Do vậy, bạn cần tối ưu video của mình quanh từ khóa người khác sử dụng trên Youtube (và cả trên Google) bằng cách hãy đính kèm vào video những từ khóa phổ biến để nhiều người có thể tìm kiếm được video của bạn hơn.

(Lưu ý: Bạn có thể nghiên cứu từ khóa trước khi làm video qua công cụ Keyword Everywhere, KWfinder… để nắm được những từ khóa nào được nhiều người tìm mỗi tháng.)

Tạo đoạn giới thiệu kênh Youtube hấp dẫn

Một cách tuyệt vời để chào đón người xem chưa đăng ký là tạo một video giới thiệu tất cả những gì về kênh của bạn. Youtube cho phép đoạn video giới thiệu kênh tự động chạy khi mở liên kết URL kênh của bạn. Do đó, đây chính là thời điểm tốt để kênh của bạn có thể gây được sự chú ý cho khách hàng, lôi kéo người xem mới kiểm tra thêm nội dung của bạn. Nếu bạn đang cố gắng thu hút khách truy cập đến trang của mình thì cách tốt nhất để thực hiện việc này là xây dựng một đoạn giới thiệu kênh ngắn gọn và thật hấp dẫn kéo dài không quá 90 giây (thường kéo dài từ 30 - 60 giây). Nội dung tập trung vào việc hiển thị cho người xem thấy kênh của bạn là gì? bạn là ai? và cho họ thấy những gì họ có thể mong đợi tìm thấy trên kênh của bạn. Điều này có thể được sử dụng để chuyển đổi từ người xem thành người đăng ký kênh Youtube của bạn. Đừng quên khuyến khích họ nhấn nút đăng ký cho kênh. Có vậy người xem mới có thể tập trung theo dõi đoạn giới thiệu và ghi nhớ kênh của bạn tốt hơn.

Lưu ý: Đoạn giới thiệu của bạn không nên bị quảng cáo làm gián đoạn.

Viết mô tả kênh

Phần mô tả kênh chính là văn bản truyền tải thông tin chính về kênh của bạn. Khi một người xem chưa đăng ký truy cập vào kênh, họ sẽ thấy cả đoạn giới thiệu và phần mô tả kênh. Và khi họ đọc phần mô tả kênh, họ sẽ biết được nội dung kênh và nơi tìm thêm thông tin kênh của bạn. Các công cụ tìm kiếm sử dụng những từ này để mọi người có thể tìm thấy bạn.

Một số gợi ý cho phần viết mô tả kênh đó là: trình bày thông tin quan trọng ở đầu phần mô tả, giống như dòng giới thiệu; trích dẫn một số câu nói nổi tiếng làm nội dung mô tả để tạo sự nổi bật; sử dụng những cụm từ mang tính chất kêu gọi hành động của người xem như “hãy đăng ký kênh” hoặc xem một danh sách phát nào đó; đừng quên thêm chèn từ khóa và đường dẫn liên kết vào trang web hoặc kênh xã hội của bạn (chú ý: sử dụng link rút gọn và đơn giản hóa URL).

1.2 Tối ưu nội dung trước khi đăng

Trước khi upload video của mình, bạn cần thiết lập các thông tin cho video nhằm đạt được chất lượng tốt nhất như sau:

Tối ưu file

Khi tải video lên kênh của bạn, Youtube vẫn hiện dòng chữ tên tệp thô nhỏ nhỏ góc phía bên phải. Điều này có nghĩa là Youtube có quan tâm đến yếu tố này. Vì vậy, đừng bao giờ đặt tên file video định tải lên trong máy tính của bạn là video1.mp4, mà hãy đặt cho nó một cái tên thật chính xác. Tốt nhất tên file video nên chứa từ khóa bạn cần tối ưu, lưu ý không để dấu và có gạch nối giữa các từ.

Tối ưu nội dung

Một khi nội dung của bạn tốt, chất lượng, người xem sẽ tự chia sẻ video của bạn đến hàng ngàn người khác và lượt view từ đấy sẽ được tăng một cách tự nhiên. Đặt bản thân mình vào vị trí của người xem video, liệu rằng bạn có đủ kiên trì để xem hết một video có nội dung tẻ nhạt, kém chất lượng hay không? Câu trả lời chắc chắn là "không" rồi. Chính vì thế trước khi đưa video lên hãy xem lại nội dung của mình đã thật sự hấp dẫn và mang lại giá trị cho người xem hay chưa? Bạn cần đầu tư thật kỹ lưỡng và chuyên nghiệp cho video của mình từ phần nội dung, hình ảnh đến âm thanh, sao cho thật cuốn hút người xem để giữ chân họ đến giây cuối cùng. Đặc biệt tập trung vào 15 giây đầu tiên, điều này cực kỳ quan trọng, video của bạn có thu hút được người xem hay không, phụ thuộc vào thời gian này. Có thể thấy nội dung của video là yếu tố cực kỳ quan trọng quyết định sự tăng trưởng của kênh và nếu bạn cảm thấy đã thật sự hài lòng, vậy còn chần chừ gì nữa, hãy up video lên Youtube ngay thôi.

Để nội dung kênh Youtube của mình thêm thu hút, bạn có thể áp dụng một số cách như: làm video hướng dẫn cách làm thứ gì đó; tổ chức cuộc thi có kèm theo giải thưởng; Q&A - kêu gọi các user đặt câu hỏi và bạn sẽ giải đáp các thắc mắc đó; đưa ra thử thách cho bản thân, hoặc để fan thử thách bạn và thực hiện; kể một câu chuyện bằng các đoạn phim có tính hấp dẫn hoặc tạo Giveaway - tặng quà cho người hâm mộ khi họ chọn giúp bạn một ý tưởng hay.

Mặc định cho video tải lên

- Định dạng và chất lượng của video

Những video có định dạng .MP4 khi tải lên Youtube thường đạt kết quả tốt hơn vì dung lượng của định dạng này nhẹ nên tốc độ tải nhanh hơn mà vẫn đảm bảo chất lượng của video.

Chất lượng và khung hình của video cũng là yếu tố mà bạn không

thể bỏ qua. Không một ai muốn xem một video có chất lượng kém, mờ ảo với tỷ lệ khung hình nhỏ cả. Hãy luôn bật chế độ HD cho video của bạn, bởi người xem thường có xu hướng gõ trên thanh tìm kiếm cụm từ "...full HD" và định dạng video đúng tỷ lệ khung hình 16:9 (nếu không khi tải lên Youtube, video của bạn sẽ bị kéo giãn hoặc bóp méo). Bên cạnh đó cần đảm bảo video của bạn khi tải lên sẽ không bị rung, lắc, giật và chất lượng hình ảnh kém. Hãy tối ưu chất lượng video của bạn là 720p: 1280×720 hoặc 1080p: 1920×1080 hay 1440p: 2560×1440 để đạt chuẩn.

Chất lượng âm thanh luôn phải rõ ràng, rành mạch, không pha hoặc pha ít tạp âm.

- Thời lượng video

Giống như các bài viết trên Google dựa trên chữ viết thì đối với Youtube, video càng dài càng được xếp hạng tốt hơn.

1.3 Tối ưu cho bài đăng Youtube

- Tiêu đề video

Đặt một cái tên độc đáo cho sản phẩm sẽ giúp bạn tạo ấn tượng mạnh cho những người xem khi họ lướt qua. Hãy hình dung xem trên Youtube có đến hàng trăm triệu video, với số lượng khổng lồ có tên gọi "độc" và lạ như vậy, bạn có chắc rằng những video trên kênh Youtube của mình sẽ gây được sự chú ý từ người dùng hay không? Điều này có nghĩa là bạn phải dùng nhiều cách để có thể gây được sự chú ý từ họ và việc đầu tiên cần làm đó là viết tiêu đề video Youtube thật "kêu", thật ấn tượng, đặc biệt phải nhắm trúng cái mà người dùng đang cần để có thể gây sự thu hút, kích thích sự tò mò của họ. Từ đó lượt click sẽ tăng lên.

Bạn cần đặt tiêu đề cho video của mình theo những từ khóa chính mà người dùng hay sử dụng, đây được gọi là "tối ưu tiêu đề". Để làm được điều này, bạn có thể sử dụng Google Adwords (công cụ Keyword Planner) để xác định được từ khóa mà người dùng đang tìm kiếm, từ đó bạn có thể xây dựng ý tưởng cụ thể cho mình.

Theo một nghiên cứu của Tubular Insights khi so sánh tiêu đề video trên Youtube và Facebook do BuzzFeed - một trang tin lừng danh thế giới đã cho thấy, những video có tiêu đề chứa 41 - 70 ký tự sẽ có lượt xem nhiều hơn 64% so với những video có tiêu đề dài hơn. Hãy hạn chế độ dài tiêu đề video của bạn bởi Google sẽ cắt độ dài của tiêu đề xuống 66 ký tự và bổ sung cụm từ "Youtube" phía trước. Do đó, tiêu đề video lý tưởng cho bạn là không vượt quá 50

ký tự, mang tính mô tả nội dung bên trong, từ khóa nên được lặp lại 2 lần và đặc biệt phải thu hút được sự chú ý của khách hàng.

Bên cạnh độ dài, cách sử dụng từ ngữ để giật tít cũng rất quan trọng nhưng tuyệt đối đừng "treo đầu dê bán thịt chó". Những tiêu đề dạng câu hỏi, khẳng định phóng đại thường gây nên sự hấp dẫn và khơi dậy trí tò mò của người dùng hơn. Để tạo sự ấn tượng, bạn cũng có thể thêm một số động từ mạnh ở đầu tiêu đề chẳng hạn.

- Thẻ tag

Thẻ tag không phải là yếu tố quan trọng nhưng cũng rất hữu ích. Tag giúp Youtube nhận biết chủ đề và nội dung của video, từ đó có thể sắp xếp video của bạn khi người xem tìm kiếm hoặc hiển thị ở video liên quan. Nôm na có thể hiểu tag chính là những từ khóa có liên quan đến video của bạn. Hãy đưa ra khoảng 3 - 5 thẻ thích hợp cho mỗi video (ví dụ: thẻ đầu tiên là kênh Youtube của bạn, thẻ thứ hai là tên doanh nghiệp, thứ ba là tên chính xác của từ khóa mục tiêu, ngoài ra có thể dùng thể tag là những biến thể của từ khóa và chủ đề trong video). Hãy đảm bảo tập trung lựa chọn những từ khóa có liên quan mật thiết tới nội dung video, tránh việc chỉ chăm chăm chạy theo những từ phổ biến hoặc "ăn theo trào lưu" không liên quan trong video vì chúng chẳng đem lại lợi ích lâu dài cho bạn.

- Mô tả

Phần mô tả được viết ngay dưới mỗi video khi được đăng tải là phần rất quan trọng, bởi nó sẽ giúp Youtube hiểu rõ hơn về chủ đề video, từ đó giúp các video của bạn hiển thị thêm các video khác dưới dạng một video được gợi ý. Phần mô tả nên được viết dài hơn tầm 200 - 500 từ cho mỗi video (trong đó 125 ký tự đầu tiên trong phần mô tả sẽ được hiển thị trên kết quả tìm kiếm, nên bạn cần tập trung viết đoạn đầu thật chất lượng và thu hút). Một điều vô cùng quan trọng mà bạn không được phép quên, đó chính là phần mô tả phải bao gồm các từ khóa chính (từ khóa phải xuất hiện trong 25 từ đầu tiên, được lặp lại 2 - 4 lần, rải đều trong mô tả), tên thương hiệu và thêm vào đó là một đường link trỏ tới website và tài khoản mạng xã hội cùng với những hashtag liên quan. Ngoài ra bạn cũng có thể viết thêm một số lời kêu gọi người xem chia sẻ video, subscribe kênh…

Đặt cài đặt "mô tả mặc định" cho video

Để rút ngắn thời gian đính kèm thêm các đường link trở về Facebook, Instagram, trang chủ website hay landing page… bạn nên thiết lập chế độ "mô tả mặc định" cho channel Youtube. Làm theo hướng dẫn sau: chọn mục "Channel" trong phần thanh ngang, nhấn chọn "Upload defaults". Cài đặt chế độ này có nghĩa là toàn bộ video của bạn khi upload sẽ được thiết lập dạng mặc định. Chính vì vậy bạn có thể tiết kiệm nhiều thời gian hơn cho việc tùy chỉnh, việc của bạn giờ đây chỉ là dành thời gian để viết nội dung mô tả cho hay mà thôi.

Lưu ý: Tùy chỉnh này chỉ có sẵn với các nhà sáng tạo nội dung trên Youtube - Youtube Creator Studio.

- Màn hình kết thúc

Trong khoảng thời gian cuối của video, bạn nên gợi ý với người xem những video khác ngay trên kênh Youtube của mình bằng cách thêm từ "Next Video" trên màn hình khi kết thúc video. Đây cũng chính là cách kéo dài thời gian xem video trong phiên duyệt web của bạn.

Bạn cũng đừng quên yêu cầu người xem đăng ký kênh của bạn ở cuối video. Bởi đôi khi người xem họ muốn đăng ký nhưng vẫn còn do dự, việc bạn yêu cầu họ nhấn nút CTA "Subscribe to my channel" (đăng ký kênh của tôi) chính là chất xúc tác nhẹ khiến họ nhanh chóng đưa ra quyết định theo dõi bạn hơn.

- Hình ảnh thu nhỏ (thumbnails) tùy chỉnh

Sau khi tải lên video, Youtube sẽ đưa ra đề xuất cho bạn 3 hình ảnh thumbnails mặc định từ video, tuy nhiên bạn không nên lấy ảnh này, thay vào đó hãy thiết kế ảnh mới có chất lượng tốt hơn để tải lên với: hình ảnh hấp dẫn kích thích, rõ nét, truyền tải được nội dung cần nói trong video, dung lượng tối đa 2MB, kích thước tốt nhất khoảng 1280×720 pixel hoặc chiều rộng tối thiểu 640 pixel, màu sắc bắt mắt, phù hợp chủ đề và nên sử dụng tối đa 30 ký tự dạng text được in đậm trong ảnh thumbnail.

- Danh sách phát

Tạo Playlist - danh sách phát chính là cách để người xem có thể theo dõi các video có nội dung liên quan trong kênh Youtube của bạn. Youtube có một nút tự động bật các clip trong một playlist giúp tăng thời gian xem video. Thời gian xem này sẽ tác động trực tiếp đến thứ hạng video của bạn trên Youtube. Khi người xem thực sự gắn bó và xem tất cả các video bạn thực hiện, họ sẽ nhanh

chóng trở thành subscriber (người đăng ký) cho kênh của bạn.

Nếu liên kết video bằng cách chèn link giới thiệu sẽ có phần bị hạn chế về số lượng, bởi bạn không thể chèn thêm quá nhiều thẻ chú thích vào video được. Youtube sẽ không tự động giúp bạn phân loại hay nhóm các video liên quan lại với nhau, do đó bạn cần tạo một danh sách phát, danh sách này phải thể hiện việc kênh của bạn nói về nội dung gì. Bạn cũng cần tối ưu từ khóa danh sách phát của mình cho những từ khóa có nhiều ký tự. Cách này giúp xếp hạng danh sách phát của bạn cho từ khóa đó.

Playlist Youtube là một trong những cách tốt nhất để tăng view cho video. Cách làm như sau:

Bước 1: Xem lại các video bạn có

Bước 2: Chọn và nhóm 4 -5 video có cùng chủ đề lại với nhau

Bước 3: Tạo Playlist

Bước 4: Thêm Playlist vào kênh Youtube của bạn

- Phụ đề

Việc xây dựng phụ đề cho video của bạn là cách để phục vụ những khán giả ngoại quốc hoặc những người khiếm thính. Cách này sẽ giúp thời lượng xem video của bạn được tăng lên từ các đối tượng khán giả không ngờ tới. Không chỉ vậy, việc upload phụ đề cho video cũng góp phần khiến Youtube hiểu rõ hơn về thông điệp, nội dung trong video mà bạn muốn truyền tải. Chính vì thế upload phụ đề cũng là một cách để tối ưu nội dung mà bạn nên sử dụng.

- Thêm hình mờ thương hiệu có thể hành động

Góc dưới bên phải của video chính là hình mờ thương hiệu của bạn và đó là lời kêu gọi hành động để người xem đăng ký kênh. Để đạt được mục tiêu này, hình mờ đó phải truyền tải tốt những gì nó cần làm. Thay vì sử dụng logo kênh của bạn, hãy sử dụng thứ gì đó mời người xem đăng ký kênh.

- Trả lời bình luận gần đây

Công việc của bạn chưa kết thúc khi nhấn nút đăng video. Nếu video của bạn thu hút được nhiều người xem, nhiều lượt like, nhiều bình luận thì chứng tỏ video đó có nội dung hay, trải

nghiệm người xem tốt. Vì thế hãy tôn trọng thời gian và tình cảm của người bình luận bằng cách trả lời từng bình luận của họ.

Thực tế cho thấy, việc bình luận video ảnh hưởng tích cực đến xếp hạng của video đó. Bạn có thể chọn "cho phép bình luận" về video của mình ở chế độ công khai hoặc riêng tư thông qua menu Cài đặt nâng cao của chế độ trực tuyến được cung cấp trong Trình quản lý video. Đây là tính năng bạn nên bật để kiểm duyệt các comment dễ dàng hơn. Nếu video của bạn nhận được quá nhiều những comment tiêu cực hoặc có nhiều lượt dislike video, bạn nên đánh giá lại cách tiếp cận và tìm hiểu nguyên nhân. Khi một video nhận được phản hồi tiêu cực từ cộng đồng, đồng nghĩa với việc bạn đã bỏ lỡ một lượng lớn khán giả tiềm năng mới. Điều này cũng ảnh hưởng đến thứ hạng kết quả tìm kiếm cho video và cướp mất cơ hội trở thành video viral từ trong trứng nước. Do đó hãy giữ mối quan hệ thắm thiết giữa bạn và cộng đồng người hâm mộ bằng việc thường xuyên trả lời các bình luận tương tác trên Youtube và kích thích người khác bình luận. Như vậy người hâm mộ sẽ cảm thấy họ quan trọng vì được bạn quan tâm đến. Hãy đảm bảo trả lời 100% bình luận xuất hiện trong 24 giờ đầu tiên video phát sóng

- Bình luận được ghim, thích

Youtube có tính năng cho phép nhà sáng tạo nội dung có thể có thể ghim các bình luận hay nhất vào video của mình hoặc ghim các bình luận của riêng bạn để tiếp tục cuộc trò chuyện trong phần bình luận nếu muốn làm nổi bật nó. Bên cạnh đó, Youtube cũng đưa ra một công cụ tự động nhận diện chặn những comment thô tục, không phù hợp. Ngoài ra, bạn có thể ghim một bình luận nào đó lên đầu trang, điều này có nghĩa là bạn có thể cổ vũ hoặc nhấn mạnh cho một bình luận tích cực nào đó về video của mình.

- Liên kết các kênh truyền thông khác

Khi đăng xong video lên Youtube, nếu bạn chỉ chia sẻ video trên dòng thời gian của mình thì chưa chắc đã mang lại hiệu quả như mong đợi, vì vậy bạn cần quảng cáo kênh Youtube cũng như video của mình trên các kênh truyền thông khác nữa. Việc liên kết video trên mạng xã hội là một cách để thêm thông tin mô tả vào video và làm tăng lượt view cho kênh của bạn. Bằng cách liên kết với các kênh truyền thông khác, video của bạn sẽ được quảng cáo trên các trang mạng xã hội một cách cực kỳ đơn giản. Để chia sẻ, bạn chỉ cần nhấp vào link chia sẻ trực tuyến bên dưới video. Các trang

mạng xã hội, social network chia sẻ được đánh giá cao như: Facebook, Twitter, Medium, LinkedIn hoặc bạn có thể bỏ một khoản phí để book vài bài báo nói về thương hiệu của mình và dẫn video của bạn vào đó... Hãy chia sẻ với nội dung thật hấp dẫn để kéo người dùng vào xem video và kêu gọi họ tiếp tục chia sẻ video cho bạn.

2. Tăng traffic không cần trả phí

- Dùng từ khóa ở mọi phần trọng yếu của video: tiêu đề, description, tag...

- Đảm bảo chất lượng nội dung của video

Trong Youtube, một video có được lượng view và sub cao đều nhờ vào chất lượng của nội dung đó.

● Từ khóa: Tiêu đề, mô tả, nội dung cần thống nhất về một "Keyword". Đừng quên nghiên cứu từ khóa trước khi làm nội dung.

● Nội dung: Nội dung xuyên suốt của video phải có sự liên kết chặt chẽ với nhau, đây chính là điểm để giữ chân người xem.

● Tương tác: Tạo tương tác với người xem bằng những câu kêu gọi hành động.

● Chất lượng hiển thị: Hãy luôn bật chế độ HD cho video của bạn, đảm bảo video của bạn khi tải lên sẽ không bị rung, lắc, giật và chất lượng hình ảnh kém.

● Chất lượng âm thanh: Rõ ràng, rành mạch, không pha tạp âm thanh.

- Xây dựng cộng đồng

Khi bạn xuất bản một video trên Youtube, đây là hình thức giao tiếp một chiều. Nhưng nếu bạn có thể khiến mọi người tương tác với mình (người xem sẽ để lại những suy nghĩ, cảm nhận của họ khi xem video), đồng nghĩa là bạn đang giao tiếp với khán giả của mình thì chắc chắn bạn có thể nhận thấy khán giả mong muốn điều gì từ mình, video của bạn hay hay dở, thiếu sót ở điểm nào, từ đó bạn sẽ rút ra những kinh nghiệm để hoàn thiện các video tiếp theo. Việc khuyến khích mọi người tương tác với video sẽ giúp bạn tạo ra một cộng đồng trực tuyến trên kênh Youtube.

Ngoài ra, bạn cũng có thể xây dựng mối quan hệ với những video uploader có chủ đề tương tự với video của bạn (dựa trên key words - từ khóa, related videos - video liên quan, categories - thể loại…) bằng cách bình luận về video của họ, làm video response (video phản hồi) hoặc subscribe (đăng ký). Càng nhiều lượt xem, chia sẻ và nhúng thì video của bạn càng có nhiều khả năng xuất hiện trên tìm kiếm của Youtube. Bạn cũng có thể chia sẻ video của mình một cách tự do trên các cộng đồng trực tuyến. Việc nhận được lượt xem từ các cộng đồng này là một tín hiệu tuyệt vời để bạn đặt các phễu điều hướng traffic (lưu lượng truy cập). Tuy nhiên hãy cẩn thận, nếu bạn vào đó chỉ để đăng nội dung spam thì sẽ bị khóa tài khoản ngay lập tức. Hãy tìm những câu hỏi trong cộng đồng (ví dụ: Quora, Forum, LinkedIn…) về việc video của bạn có thể giúp họ giải đáp những thắc mắc và cung cấp thêm những giá trị khác, bên cạnh đó đề nghị họ xem video của bạn nếu muốn được cung cấp thêm thông tin. Việc bạn đăng tải video vào nơi mà người dùng cần thêm thông tin về chủ đề này sẽ khiến họ muốn xem thêm nhiều video nữa để hiểu rõ về chủ đề trên. Để làm được như vậy, bạn cần tìm từ khóa miêu tả chủ đề video, sau đó tìm những câu hỏi thích hợp và cuối cùng là trả lời chính xác câu hỏi kèm thêm link phía dưới câu trả lời.

- Chia sẻ đa kênh

Đây được coi là cách hiệu quả nhất để tăng số lượng khán giả trên kênh Youtube của bạn. Thực tế, ở mỗi nền tảng truyền thông, đối tượng mục tiêu sẽ có sự khác biệt. Vì vậy, khi thực hiện quảng cáo chéo, bạn sẽ nhận được nhiều lượt xem hơn, kênh của bạn có nhiều người theo dõi hơn và khả năng nhận diện thương hiệu tốt hơn.

Để giúp mở rộng đối tượng mục tiêu, hãy đảm bảo khuyến khích người xem và người đăng ký kênh, chia sẻ liên kết video của bạn với bạn bè trực tuyến của họ, sử dụng bất kỳ nền tảng mạng xã hội nào như Facebook, Instagram, Blog, Twitter, Pinterest… đây là những nền tảng truyền thông xã hội phổ biến nhất ở Việt Nam. Nhờ đó đưa những người theo dõi phương tiện truyền thông xã hội đến với kênh Youtube, thậm chí nếu nội dung video hấp dẫn thì nó có thể thu hút thêm nhiều người dùng theo dõi và chia sẻ video/kênh của bạn.

● Khi ai đó nhấp vào nút Chia sẻ trên mạng xã hội được liên kết với một trong các video của bạn, nghĩa là bạn đang xây dựng đối tượng của mình thông qua quảng cáo truyền miệng rất hiệu quả và miễn phí. Cách dễ nhất để thực hiện việc này là hiển thị các nút

Chia sẻ của người dùng kết hợp với mỗi video trên Youtube của bạn. Ngoài ra, hãy kêu gọi người xem (call-to-action) chia sẻ video với bạn bè trực tuyến của họ bằng cách nhấp vào nút Chia sẻ trực tuyến.

● Chẳng hạn, bạn có thể tham gia nhóm liên quan đến lĩnh vực của mình trên Facebook sau đó đăng tải video lên đó, mọi người trong một nhóm có thể nhận được thông báo và xem video của bạn. Đương nhiên, nếu đó là những nội dung phù hợp, họ sẽ đăng ký kênh và theo dõi những video tiếp theo của bạn. Bạn có thể chèn video Youtube vào fanpage Facebook qua những cách sau:

Cách 1: Mở video muốn thêm vào fanpage Facebook, nhấn vào nút Chia sẻ bên dưới video, sau đó nhấp chọn biểu tượng Facebook, đặt tiêu đề với nội dung mà mình muốn chia sẻ, chọn chế độ Share và bấm nút Đăng lên Facebook.

Cách 2: Youtube cũng cung cấp cho bạn đường dẫn để bạn có thể chèn link vào fanpage Facebook trực tiếp. Những gì bạn cần làm là dán đường dẫn đó vào dòng trạng thái hoặc phần comment - bình luận nào đó, chỉnh sửa thông tin và bấm nút Đăng để chia sẻ video.

Cách 3: Chỉnh sửa một số thông tin cơ bản bằng các ô checkbox như: kích thước, size của video; Hiển thị video gợi ý khi kết thúc; Tiêu đề video… sau đó copy code nhúng và paste lên Facebook rồi đăng như bình thường. Tuy nhiên, cách này có thể hiển thị cả code nhúng lên bài đăng vì Youtube và Facebook thường thay đổi thuật toán của họ.

● Tương tự trên Instagram, Twitter thậm chí cả Pinterest, bạn hoàn toàn có thể thu hút tối đa người dùng đăng ký kênh của mình thông qua những video đăng tải. Hãy cố gắng tạo ra những liên kết trên các nền tảng truyền thông khác để thu hút nhiều khán giả hơn.

● Đừng quên đặt link trên website chỉ hướng về Youtube. Đây là cách làm khá hiệu quả. Việc chèn chú thích lên video website để lôi kéo traffic về Youtube là một phương pháp tốt cho SEO. Bạn chỉ cần đặt link sao cho thật thu hút, để có thể lôi kéo người xem click vào.

● Bên cạnh đó, bạn có thể liên kết video của mình trong phần chữ ký của email. Nếu như các subscribers viết email gửi tới bạn thì chắc hẳn họ rất quan tâm và mong muốn nhận được sự tương tác

của bạn. Những email được gửi tới hầu hết là những thắc mắc hoặc review, góp ý cho những video của bạn. Hãy tận dụng những email như vậy để hỗ trợ họ cập nhật video hữu ích, mới nhất của bạn bằng việc gắn link video vào phần chữ ký của email để thu hút được nhiều người click vào.

● Nhúng video vào blog post cũng là một lựa chọn khôn khéo. Hãy nhúng video Youtube vào các bài viết, điều này ngay lập tức giúp bạn có thêm nhiều view chất lượng cao.

● Hợp tác cùng các Youtuber khác để truyền thông cũng là một trong những lựa chọn tốt mà bạn nên xem xét. Tính năng cộng tác viên cùng Youtube cho phép bạn liên kết cùng một Youtuber khác để thực hiện marketing chéo kênh Youtube cho cả hai bên.

Để biết được ai sẽ là người phù hợp với mình, hãy cố gắng tìm hiểu thật kỹ dựa trên các bước đơn giản dưới đây:

+ Đó có phải là người hợp với tính cách hoặc tính chất kênh Youtube của bạn hay không? Có phù hợp với tính cách thương hiệu mà bạn đang muốn xây dựng không?

+ Bạn phải lên kế hoạch cụ thể cho sự hợp tác này. Bởi vì bạn là người chủ động, hãy cho họ thấy được sự nghiêm túc và thái độ làm việc chuyên nghiệp từ bạn, đồng thời chỉ ra những lợi ích bạn có thể mang lại cho họ.

+ Hợp tác với Youtuber nổi tiếng là cách nhanh nhất để hướng sự chú ý của khán giả đến kênh của mình, tuy nhiên cách này không hề đơn giản. Thông thường, bạn sẽ dễ dàng hợp tác được với Youtubers ít nổi tiếng hơn mình. Do vậy mà khi hợp tác với các Youtuber ít nổi tiếng hơn mình, hãy thảo luận về các loại đề nghị bạn muốn quảng cáo hướng đến.

Nếu bạn muốn sự hợp tác mang lại hiệu quả cao, hãy thúc đẩy nó bằng cách sử dụng phương tiện truyền thông xã hội để quảng bá video của mình trước khi video được phát hành. Sau khi video được phát hành, bạn nên sử dụng hashtags để tăng cường khả năng nhận diện thương hiệu. Hầu hết các thương hiệu lớn đang sử dụng phương thức này để quảng bá video của họ, bạn hoàn toàn có thể làm tương tự.

- Cho phép quảng cáo kênh Youtube

Youtube có một tính năng là “Quảng cáo kênh”, bằng cách này video của bạn sẽ được quảng cáo miễn phí trên video khác ngoài

kênh. Tuy không phải lúc nào nó cũng được xuất hiện "trên mọi mặt trận", nhưng nhờ đó kênh Youtube của bạn được đưa đến nhiều người hơn.

Đầu tiên, bạn cần tối ưu hóa video với từ khóa. Để biết từ khóa nào thu hút nhiều traffic, bạn hãy dùng Youtube KeyWord Tool để tra, tuy nhiên bạn cần lưu ý để sử dụng từ khóa này ở các phần trọng yếu của video như: tiêu đề, description (mô tả), tag... Để sử dụng tính năng này, bạn cần làm theo các bước như sau:

- Bước 1: Vào Creator Studio;
- Bước 2: chọn Kênh;
- Bước 3: chọn Nội dung nổi bật;
- Bước 4: chọn Quảng cáo kênh;
- Bước 5: chọn quảng cáo kênh của bạn;
- Bước 6: chọn Video có sẵn hoặc tải mới.

3. Tăng traffic thông qua hình thức trả phí

3.1 Quảng cáo Youtube trong Google Adwords

Quảng cáo Youtube là một trong các hình thức quảng cáo online marketing hiện đại nằm trong hệ thống quảng cáo trên Google. Xuất hiện từ lâu, thế nhưng những năm trở lại đây, quảng cáo Youtube mới thực sự trở nên phổ biến và phát triển.

Quảng cáo Youtube là khi khách hàng đang xem một video nào đó trên Youtube, và họ bắt gặp video của bạn chèn vào giữa. Youtube thuộc sở hữu của Google, quảng cáo trên Youtube là một phần của quảng cáo Google Adwords với các video được tải lên kênh Youtube của doanh nghiệp. Các video được đăng trên Youtube sẽ được xếp hạng trong kết quả tìm kiếm Google. Vì vậy, nếu bạn biết cách tối ưu nội dung video kèm theo từ khóa trên Youtube, thì đó sẽ là cơ sở để Google tăng thứ hạng từ khoá ấy trên các trang SERPs.

Để giúp kênh của mình có nhiều lượt xem và đăng ký hơn, bạn có thể lựa chọn cách trả phí để thực hiện một chiến dịch quảng cáo cho các video của mình trên Youtube qua Google Ads. Với phương thức này, bạn chỉ cần tạo quảng cáo, đặt ngân sách và nhắm mục tiêu đến đối tượng khách hàng mong muốn. Sẽ không có mức giá

tối thiểu để chạy quảng cáo và bạn hoàn toàn có thể thay đổi nội dung quảng cáo, mục tiêu nhắm tới cũng như ngân sách và thời gian kết thúc chiến dịch bất cứ lúc nào bạn muốn.

Các định dạng quảng cáo Youtube

Có nhiều kiểu định dạng quảng cáo dành riêng cho Youtube. Quảng cáo có thể xuất hiện trước khi video bắt đầu hoặc cùng với video trên trang xem của video đó trên Youtube.

- ***Quảng cáo trên Youtube hiển thị trên trang chủ:*** Quảng cáo này được hiển thị ngay khi người xem đăng nhập vào Youtube, trước cả khi họ tìm kiếm thông tin gì khác. Đây cũng chính là cách quảng cáo Youtube đạt nhiều lượt xem và đắt tiền nhất.

- ***Quảng cáo trên Youtube hiển thị hình ảnh:*** Quảng cáo banner trên Youtube xuất hiện ở bên phải của mỗi video, nổi bật ở phía trên danh sách đề xuất video. Loại quảng cáo này cần phải thật nổi bật để thu hút sự chú ý của người dùng khi đang xem quảng cáo chính. Doanh nghiệp sẽ phải trả phí khi người dùng click vào và xem quảng cáo.

Ưu điểm của loại quảng cáo này là:

- Xây dựng thương hiệu và mở rộng thêm khách hàng tiềm năng
- Độ phủ sóng lên đến 85% người xem video
- Dễ dàng thay đổi quảng cáo
- Kích thước hiển thị đa dạng
- Hiển thị banner đa dạng: hình ảnh, text…
- Chi phí rẻ (tính trên số lần click hoặc lượt hiển thị)

- ***Quảng cáo trong luồng In-Stream Ads:*** Video được chạy trên một video khác có bật quảng cáo, xuất hiện trên các trang xem Youtube, trong các video trên trang web đối tác và các ứng dụng thuộc mạng hiển thị. Các clip quảng cáo không bị giới hạn độ dài và được đặt link dẫn tới web, sau 5 giây, người xem có thể tiếp tục xem hoặc bỏ qua quảng cáo này.

Với chiến lược đặt giá thầu CPV: Bạn sẽ phải trả phí khi người dùng xem trên 30 giây (hoặc toàn bộ thời lượng nếu video ngắn hơn 30 giây) hay khi họ tương tác với quảng cáo của bạn. Bạn có

thể sử dụng định dạng này khi muốn quảng cáo video xuất hiện trước, trong hoặc sau các video khác trên Youtube.

Với chiến lược đặt giá thầu CPM: Bạn sẽ phải trả tiền dựa trên số lượt hiển thị. Tức là mỗi 1.000 lần quảng cáo của bạn được hiển thị thì bạn sẽ bị mất phí.

Loại quảng cáo này được các doanh nghiệp lựa chọn với các mục đích chiến lược như: tiếp cận khách hàng tiềm năng, thu hút lưu lượng truy cập trang web, gia tăng mức độ nhận biết thương hiệu và phạm vi tiếp cận, cân nhắc thương hiệu và sản phẩm hay chiến dịch đã tạo không có mục tiêu.

Gần đây, Youtube đưa ra một định dạng mới của Trueview In-stream ads là Bumper Ads. Đây là quảng cáo Youtube 6 giây và không ấn Skip được, nghĩa là người dùng sẽ phải xem hết quảng cáo của bạn.

Ưu điểm của loại quảng cáo video trong luồng này là:

● Xuất hiện với tần suất lớn, tương ứng với số lượt xem của người xem

● Hình ảnh, âm thanh, màu sắc sống động, thu hút sự chú ý của người xem giúp nâng cao khả năng ghi nhớ thương hiệu

● Cách tính tiền linh hoạt theo lượt click

- ***Quảng cáo video khám phá Video - Discovery Ads:*** Quảng cáo này bao gồm một hình thu nhỏ từ video của bạn, kèm theo một số văn bản. Tùy thuộc vào vị trí quảng cáo xuất hiện mà kích thước và hình thức quảng cáo có thể khác nhau. Quảng cáo này hiển thị bên cạnh các video liên quan trên Youtube, trên kết quả tìm kiếm hoặc trên chính trang chủ của Youtube và luôn mời mọi người nhấp vào để xem video. Bạn sẽ phải trả phí khi người xem nhấp vào quảng cáo và xem video của bạn. Định dạng này phù hợp để tiếp cận người xem khi họ đang tìm kiếm hoặc duyệt qua các video.

Ưu điểm của phương thức quảng cáo này là:

● Có thể lựa chọn vị trí bắt mắt, kích thích lượt click

● Lọc được đối tượng khách hàng: độ tuổi, giới hạn, sở thích…

- ***Quảng cáo đệm - Bumper Ads:*** Là định dạng quảng cáo ngắn, được

thiết kế để cho phép doanh nghiệp tiếp cận nhiều khách hàng và nâng cao nhận thức về thương hiệu.

Quảng cáo này có thời lượng 6 giây trở xuống, có thể phát trước, trong hoặc sau video khác. Người xem không thể nhấn bỏ qua mà bắt buộc phải xem đến khi quảng cáo kết thúc. Doanh nghiệp sẽ phải trả phí trên mỗi nghìn lần hiển thị (CPM) (tức là mỗi khi quảng cáo hiển thị được 1000 lần thì bạn sẽ bị mất phí). Định dạng này phù hợp khi bạn muốn tiếp cận người xem trên diện rộng với một thông điệp ngắn gọn và dễ nhớ.

Loại quảng cáo này cũng có 2 mặt ưu điểm và hạn chế:

Ưu điểm: Doanh nghiệp có thể truyền tải toàn bộ thông điệp mong muốn đến khách hàng.

Hạn chế: Nếu quảng cáo thiếu thu hút sẽ khiến khách hàng cảm thấy bực bội và có thể họ sẽ báo cáo với Youtube về quảng cáo của doanh nghiệp, khi đó Youtube sẽ nâng giá thầu làm cho chi phí quảng cáo của bạn bị đội lên rất cao.

- ***Quảng cáo ngoài luồng Outstream Ad:*** Quảng cáo này chỉ hiển thị trong các ứng dụng, trên website mở hoặc trên thiết bị di động mà không được kết nối với Youtube. Quảng cáo ngoài luồng bắt đầu phát không có âm thanh, do đó người dùng phải nhấn vào quảng cáo để bật âm thanh. Nhà quảng cáo chỉ bị tính phí khi hơn một nửa không gian màn hình quảng cáo được hiển thị từ 2 giây trở lên. Định dạng này được thiết kế để tăng phạm vi tiếp cận bằng video của bạn với chi phí tiết kiệm. Một mẫu video có thể chạy trên nhiều vị trí khác nhau trên thiết bị di động. Đối với vị trí trên thiết bị di động, quảng cáo ngoài luồng xuất hiện ở dạng biểu ngữ, trong khi đối với các vị trí ứng dụng dành cho thiết bị di động, chúng sẽ xuất hiện ở dạng biểu ngữ, quảng cáo xen kẽ, quảng cáo trong nguồn cấp dữ liệu, quảng cáo gốc, cũng như ở cả chế độ màn hình dọc và chế độ toàn màn hình. Loại quảng cáo này là một cách để mở rộng phạm vi tiếp cận của quảng cáo video trên thiết bị di động, giúp bạn có nhiều khách hàng hơn.

Ngoài ra, bạn cũng có thể thêm các phần tử tương tác vào quảng cáo video để thu hút nhiều tương tác từ người xem. Một số tùy chọn để bạn tham khảo cho chiến dịch quảng cáo của mình:

- Quảng cáo lớp phủ lời kêu gọi hành động (Youtube In-Video Overlay Ads): Quảng cáo Youtube chiếm 20% diện tích ở phía dưới video, với hình thức bán trong suốt như một lớp phủ mỏng, được

xuất hiện sau khi video bắt đầu phát. Người xem có thể chọn đóng lớp phủ này, còn nếu nhấp vào, họ sẽ được chuyển hướng tới một kênh hoặc trang web mà bạn xác định. Cách quảng cáo Youtube này hiệu quả khi muốn tăng lượt xem quảng cáo nhưng không làm người xem cảm thấy khó chịu vì sự gián đoạn.

- Thẻ: Hiển thị dưới dạng đoạn giới thiệu trong vài giây. Có nhiều loại thẻ, bạn có thể liên kết đến một video hoặc danh sách phát video trên Youtube.

- Màn hình kết thúc: Xuất hiện ở cuối video trong một vài giây, có thể mở rộng để hiển thị thêm thông tin khi người xem di chuột trên máy tính hoặc nhấn trên thiết bị di động.

- Biểu ngữ đi kèm: Thường đi kèm với quảng cáo trong luồng In-Stream Ads dưới dạng thu nhỏ có thể nhấp vào giống như hướng dẫn người xem thực hiện một hành động "Xem tiếp" hoặc "Đăng ký".

Ưu, nhược điểm của quảng cáo trên Youtube

Ưu điểm của quảng cáo Youtube chính là:

- Tiếp cận dễ dàng với đối tượng khách hàng truy cập Youtube trên toàn thế giới và theo khu vực

- Độ phủ cao do Youtube có hàng tỷ lượt truy cập mỗi ngày

- Hiển thị quảng cáo đa dạng

- Nhắm đúng đối tượng khách hàng tiềm năng

- Có thể thay đổi mẫu quảng cáo nhanh chóng, dễ dàng

- Cách tính tiền linh hoạt (theo CPC hoặc CPM)

Tuy nhiên, nhược điểm của phương pháp này là chỉ hiển thị quảng cáo trên Youtube.

Cần chuẩn bị gì khi quảng cáo Youtube

- Kênh Youtube

- Tài khoản Google và tài khoản quảng cáo Google

- Thẻ Debit visa/mastercard để chạy quảng cáo

Sau khi thành công tạo tài khoản Google adwords và thêm thẻ xong, bạn có thể tham khảo cách chạy quảng cáo Youtube dưới đây.

Cách chạy quảng cáo Youtube

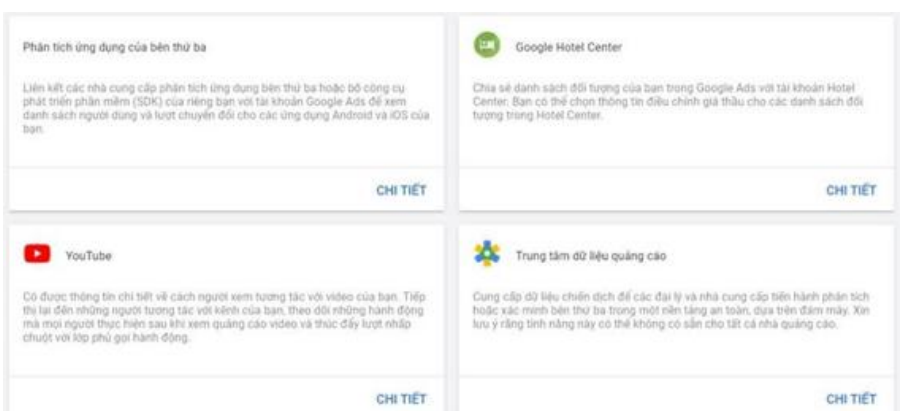
- Tạo liên kết giữa tài khoản Google Ads và kênh Youtube

Để chạy quảng cáo trên Youtube, bạn cần kết nối tài khoản Google Ads và kênh Youtube với nhau.

Cách làm như sau:

- Truy cập vào ***tài khoản Google Ads*** và chọn ***Công cụ và cài đặt***, sau đó chọn ***Tài khoản được liên kết***

- Tiếp tục kéo xuống nhấn chọn ***Youtube*** phần ***Chi tiết***

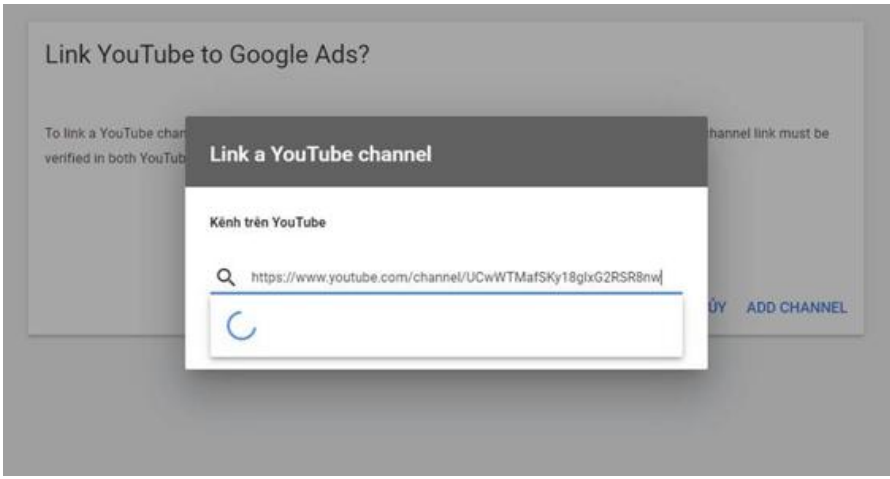

Phân tích ứng dụng của bên thứ ba
Liên kết các nhà cung cấp phân tích ứng dụng bên thứ ba hoặc bộ công cụ phát triển phần mềm (SDK) của riêng bạn với tài khoản Google Ads để xem danh sách người dùng và lượt chuyển đổi cho các ứng dụng Android và iOS của bạn.
CHI TIẾT
Google Hotel Center
Chia sẻ danh sách đối tượng của bạn trong Google Ads với tài khoản Hotel Center. Bạn có thể chọn thông tin điều chỉnh giá thầu cho các danh sách đối tượng trong Hotel Center.
CHI TIẾT
YouTube
Có được thông tin chi tiết về cách người xem tương tác với video của bạn. Tiếp thị lại đến những người tương tác với kênh của bạn, theo dõi những hành động mà mọi người thực hiện sau khi xem quảng cáo video và thúc đẩy lượt nhấp chuột với lớp phủ gọi hành động.
CHI TIẾT
Trung tâm dữ liệu quảng cáo
Cung cấp dữ liệu chiến dịch để các đại lý và nhà cung cấp tiến hành phân tích hoặc xác minh bên thứ ba trong một nền tảng an toàn, dựa trên đám mây. Xin lưu ý rằng tính năng này có thể không có sẵn cho tất cả nhà quảng cáo.
CHI TIẾT

- Tạo liên kết tài khoản với kênh Youtube

Lúc này giao diện mới hiện ra, nhấn chọn nút ***Thêm kênh***

Liên kết YouTube với Google Ads?
Để liên kết kênh YouTube, bạn phải sở hữu kênh đó hoặc được chủ sở hữu kênh cấp quyền. Liên kết kênh của bạn phải được xác minh trên cả YouTube và Google Ads. Tìm hiểu thêm
HỦY
THÊM KÊNH

- Tại đây, bạn copy link dẫn đến kênh Youtube của mình vào

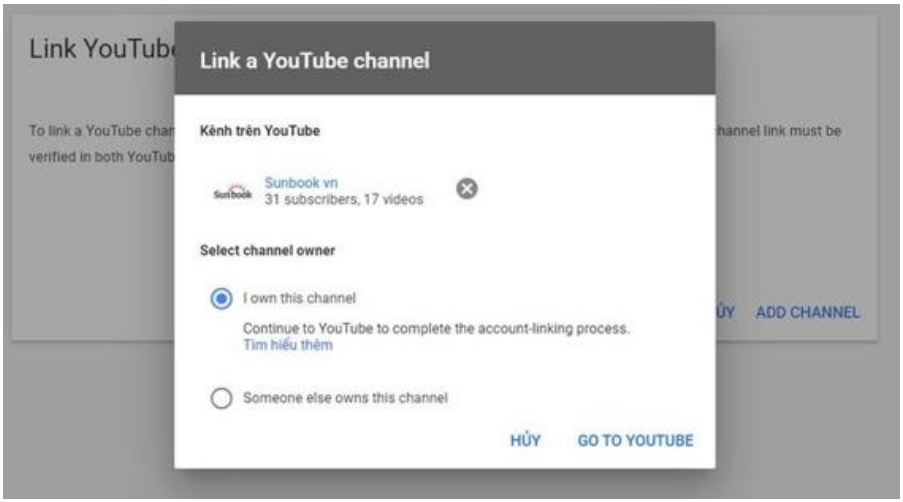


- Sau khi nhập xong, Google sẽ cần bạn xác nhận các thông tin như sau:

● Tôi sở hữu kênh này: tức là kênh do bạn lập ra

● Một người khác sở hữu kênh này: đây không phải kênh Youtube của bạn, bạn cần nhập địa chỉ email của chủ sở hữu kênh. Khi chủ sở hữu chấp nhận yêu cầu của bạn thì kênh này sẽ xuất hiện trong mục “Youtube” của “Tài khoản được liên kết”

● Sau khi đã xác nhận quyền sở hữu kênh, bạn nhấn chọn “Vào Youtube”



Hoàn thành bước này xong, bạn chỉ cần đặt tên tài khoản liên kết này và tiếp tục ấn **Hoàn tất và Lưu**. Như vậy, bạn đã hoàn thành bước liên kết tài khoản Google Ads với kênh Youtube của mình rồi.

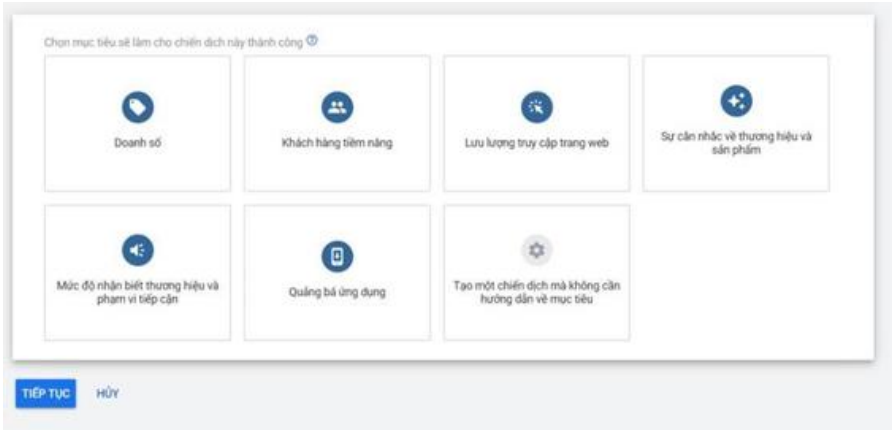
Các bước chạy quảng cáo Youtube hiệu quả

➢ Tạo chiến dịch

Sau khi hoàn thành các bước liên kết tài khoản, bạn quay trở lại giao diện chính của Google Ads để tạo một chiến dịch chạy quảng cáo Youtube.

- Đầu tiên, chọn phần ***Chiến dịch***, sau đó chọn biểu tượng dấu "**+**" và chọn ***Chiến dịch mới***

- Tại phần ***Chọn mục tiêu sẽ làm cho chiến dịch thành công***: Đối với quảng cáo video, bạn sẽ được chọn một trong 4 mục tiêu sau:


Chọn mục tiêu sẽ làm cho chiến dịch này thành công
Doanh số
Khách hàng tiềm năng
Lưu lượng truy cập trang web
Sự cân nhắc về thương hiệu và sản phẩm
Mức độ nhận biết thương hiệu và phạm vi tiếp cận
Quảng bá ứng dụng
Tạo một chiến dịch mà không cần hướng dẫn về mục tiêu
TIẾP TỤC
HỦY

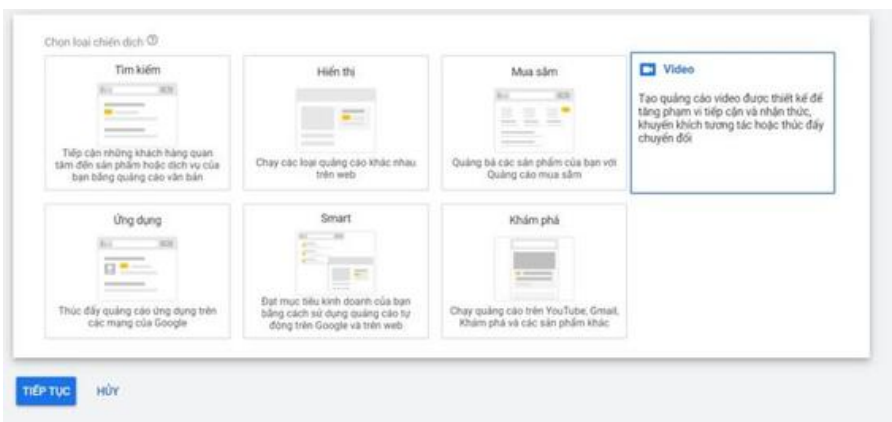
● Khách hàng tiềm năng: khi bạn muốn thu thập data của khách hàng

● Lưu lượng truy cập trang web: nếu bạn muốn đổ lượt traffic vào trong video

● Cân nhắc thương hiệu và sản phẩm: nếu bạn mong muốn người xem có hành động cụ thể đến với website, ví dụ như đăng ký thông tin hay gọi tư vấn

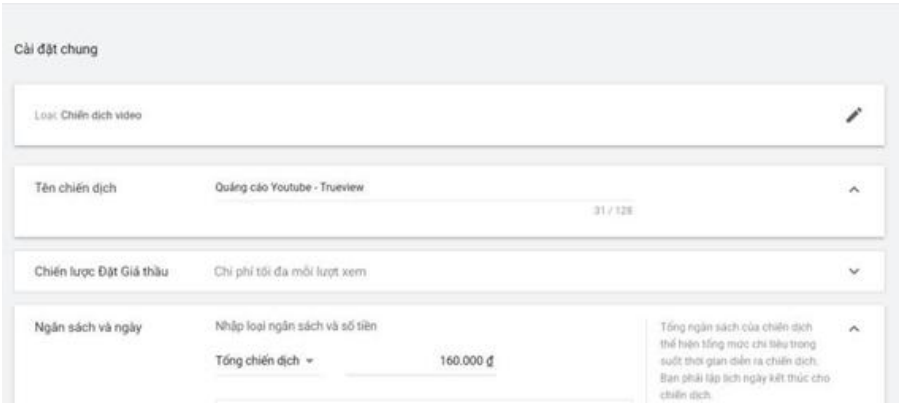
● Phạm vi tiếp cận và nhận thức về thương hiệu: nếu bạn muốn quảng bá thương hiệu, tăng nhận thức của khách hàng về thương hiệu

Hoặc bạn có thể lựa chọn ***Tạo một chiến dịch mà không cần hướng dẫn về mục tiêu*** và sau đó tại phần ***Chọn loại chiến dịch***, bạn ấn chọn ***Video***, sau đó ấn nút ***Tiếp tục.***


Chọn loại chiến dịch
Tìm kiếm
Tiếp cận những khách hàng quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn bằng quảng cáo văn bản
Hiển thị
Chạy các loại quảng cáo khác nhau trên web
Mua sắm
Quảng bá các sản phẩm của bạn với Quảng cáo mua sắm
Video
Tạo quảng cáo video được thiết kế để tăng phạm vi tiếp cận và nhận thức, khuyến khích tương tác hoặc thúc đẩy chuyển đổi
Ứng dụng
Thúc đẩy quảng cáo ứng dụng trên các mạng của Google
Smart
Đạt mục tiêu kinh doanh của bạn bằng cách sử dụng quảng cáo tự động trên Google và trên web
Khám phá
Chạy quảng cáo trên YouTube, Gmail, Khám phá và các sản phẩm khác
TIẾP TỤC
HỦY

➢ **Điền thông tin cơ bản**

- **Tên chiến dịch:** Hãy đặt một cái tên để dễ quản lý, phân biệt với các chiến dịch quảng cáo khác.


Cài đặt chung
Loại Chiến dịch video
Tên chiến dịch
Quảng cáo Youtube - Trueview
31 / 128
Chiến lược Đặt Giá thầu
Chi phí tối đa mỗi lượt xem
Ngân sách và ngày
Nhập loại ngân sách và số tiền
Tổng chiến dịch
160.000 ₫
Tổng ngân sách của chiến dịch thể hiện tổng mức chi tiêu trong suốt thời gian diễn ra chiến dịch. Bạn phải lập lịch ngày kết thúc cho chiến dịch.

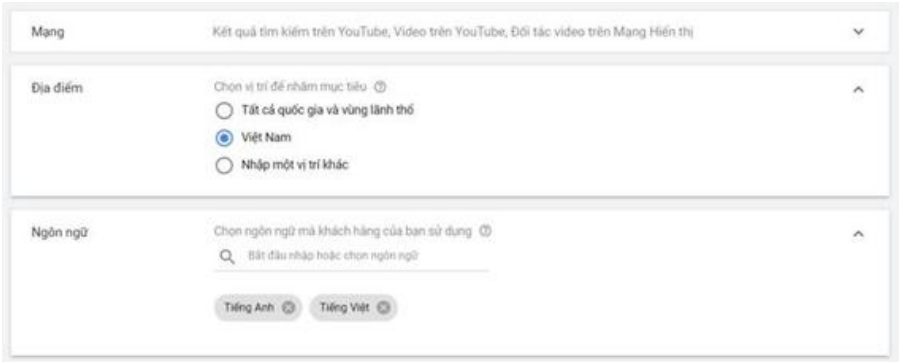
- **Ngân sách và ngày:** Bạn có thể chọn ngân sách ***Hàng ngày*** hoặc ***Tổng thể chiến dịch*** và ***nhập mức trung bình bạn muốn chi tiêu mỗi ngày***.

Ngân sách Tổng thể chiến dịch có nghĩa bạn vẫn sẽ tiếp tục quảng cáo đến tận khi ngân sách hết, đồng thời bạn có thể chọn ngày bắt đầu và kết thúc cho chiến dịch. Đặt ngân sách chạy quảng cáo trên Youtube theo ngày, mức giới hạn hằng tháng, bạn sẽ không bao giờ chi tiêu vượt quá hạn mức hằng tháng đó. Hoặc bạn cũng có thể tùy chọn cách đặt quảng cáo trên Youtube: số lượt quảng cáo sẽ xuất hiện đồng đều giữa các ngày hay sẽ xuất hiện tăng dần cho đến khi hết ngân sách (cách này sẽ giúp quảng cáo thu hút được nhiều lượt xem nhanh hơn và giúp doanh nghiệp dẫn đầu xu hướng, tăng độ nhận diện sản phẩm và thương hiệu).

- **Mạng:** Bạn có thể lựa chọn các loại sau ***Kết quả tìm kiếm trên Youtube*** và **Video trên Youtube...**

- **Ngôn ngữ và Địa điểm:**

Ngôn ngữ: là thứ tiếng được thiết lập trên máy tính, hãy lựa chọn ngôn ngữ quảng cáo hiển thị là ngôn ngữ chính của tệp khách hàng. Nếu quảng cáo của bạn nhắm đến thị trường Việt Nam, vậy bạn nên chọn ngôn ngữ là Tiếng Việt, Tiếng Anh.


Mạng
Kết quả tìm kiếm trên YouTube, Video trên YouTube, Đối tác video trên Mạng Hiển thị
Địa điểm
Chọn vị trí để nhắm mục tiêu
Tất cả quốc gia và vùng lãnh thổ
Việt Nam
Nhập một vị trí khác
Ngôn ngữ
Chọn ngôn ngữ mà khách hàng của bạn sử dụng
Bắt đầu nhập hoặc chọn ngôn ngữ
Tiếng Anh
Tiếng Việt

Địa điểm: Tùy vào lựa chọn bạn muốn chạy quảng cáo là phạm vi quốc gia vùng lãnh thổ hay toàn cầu hoặc một vị trí khác. Hãy lựa chọn vị trí địa lý là vị trí của thị trường và khách tiềm năng của mình. Bạn cũng có thể loại trừ địa điểm nào đó tùy theo chiến dịch của mình.

- **Chiến lược đặt giá:** Có 2 loại để bạn lựa chọn là CPV và CPM

(CPV: số tiền bạn chi trả cho mỗi lượt xem của người xem; CPM: số tiền bạn chi trả cho mỗi lượt hiển thị)

- Tùy chọn loại trừ nội dung

Bạn sẽ báo cho Google biết bạn sẽ hiển thị trên nội dung nào. Tức là khi sử dụng Youtube để quảng cáo, video có những nội dung như: ngôn ngữ tục tĩu, khiêu dâm, nhạy cảm và gây sốc... thì quảng cáo của bạn sẽ không xuất hiện.

Tùy chọn loại trừ nội dung: xác định các vị trí mà quảng cáo của bạn có thể hiển thị
Loại khoảng không quảng cáo
Khoảng không quảng cáo chuẩn
Các nhãn và loại bị loại trừ
Chọn không tham gia hiển thị quảng cáo trên nội dung không phù hợp với thương hiệu của bạn
Lựa chọn các loại nội dung cần loại trừ
Video đã nhúng trên YouTube
Video phát trực tuyến
Trò chơi
Không hoạt động
Chọn các nhãn nội dung kỹ thuật số cần loại trừ
DL-G: Đối tượng chung
Nội dung phù hợp với gia đình
DL-PG: Hầu hết các đối tượng có sự hướng dẫn của cha mẹ
DL-T: Đối tượng thanh thiếu niên và người lớn tuổi
DL-MA: Đối tượng người trưởng thành
Nội dung chưa được gắn nhãn
Mặc dù đã làm hết khả năng để loại trừ nội dung, nhưng chúng tôi không thể đảm bảo rằng sẽ loại trừ được tất cả nội dung có liên quan.

- Các nhãn và loại bị loại trừ

Bạn có thể chọn loại nội dung và đối tượng mà mình không muốn

gắn quảng cáo lên.

Ví dụ như những video trực tuyến (livestream) nếu quảng cáo xuất hiện sẽ làm mất hiệu quả.

➢ **Thiết lập chiến dịch nâng cao**

- Thiết bị

● Nhấn vào phần ***Cài đặt bổ sung***, chọn ***Thiết bị***

Cài đặt bổ sung
Lượt chuyển đổi
Thiết lập tính năng theo dõi chuyển đổi cho tài khoản của bạn để theo dõi các hành động quan trọng đối với bạn
Thiết bị
Hiển thị trên tất cả các thiết bị đủ điều kiện (máy tính, thiết bị di động, máy tính bảng và tivi)
Đặt tùy chọn nhắm mục tiêu cụ thể cho thiết bị
Việc không nhắm mục tiêu tất cả thiết bị đồng nghĩa với việc bạn thu hẹp phạm vi tiếp cận của mình. Tuy nhiên, quảng cáo của bạn có thể hiển thị thường xuyên hơn trên các thiết bị mà bạn nhắm mục tiêu.

● Có 2 lựa chọn cho bạn:

(1) Hiển thị trên tất cả các thiết bị đủ điều kiện: Nếu bạn muốn quảng cáo của mình hiển thị trên tất cả các thiết bị

(2) Đặt tùy chọn nhắm mục tiêu cụ thể cho thiết bị: Bạn chọn cụ thể thiết bị muốn hiển thị

- Hệ điều hành

Bạn nhấn ***Hệ điều hành*** và chọn ***Hệ điều hành của thiết bị***, sau đó nhấn vào mục ***Thay đổi*** rồi chọn ***Hoàn tất***

- Mẫu thiết bị

Hãy chọn dòng máy điện thoại, máy tính bạn mong muốn quảng cáo hiển thị.

- Giới hạn tần suất

Giới hạn tần suất là số lần quảng cáo xuất hiện với một người dùng. Đừng đặt tần suất quá dày, bởi như vậy chỉ khiến quảng cáo phản tác dụng, người xem sẽ cảm thấy khó chịu khi quảng cáo của bạn xuất hiện quá nhiều và có thể họ sẽ báo cáo với Youtube về quảng cáo này.

- Lịch quảng cáo

Tùy thuộc vào sản phẩm/dịch vụ mà bạn có thể đặt lịch quảng cáo vào khung giờ nhất định sao cho phù hợp.

- Tạo nhóm quảng cáo

● Đầu tiên, ***Tên nhóm quảng cáo***: bạn có thể đặt theo tên video của mình

● Tiếp theo, ***Nhân khẩu học*** (Target khách hàng) về giới tính, độ tuổi, trạng thái là phụ huynh.

Ví dụ bạn đang bán sách về Digital Marketing, thì bạn có thể target giới tính cả nam và nữ - độ tuổi từ 18 đến 40 tuổi.

- Đối tượng

Mọi người: những người bạn muốn tiếp cận
Xác định Đối tượng, Nhân khẩu học của bạn hoặc cả hai
Thông tin nhân khẩu học
Mọi độ tuổi, Mọi giới tính, Mọi tình trạng con cái, Mọi thu nhập hộ gia đình
Đối tượng
Chọn các đối tượng có thể xem quảng cáo của bạn. Bạn có thể tạo đối tượng mới trong Công cụ quản lý đối tượng.
TÌM KIẾM
Ý TƯỞNG (10)
DUYỆT XEM
Không có mục nào được chọn
XÓA TẤT CẢ
Giải trí
Chọn một hoặc nhiều đối tượng để nhắm mục tiêu.
Mối quan tâm và thói quen của họ là gì (11)
Người thích đọc tin tức giải trí
Người hâm mộ hài kịch truyền hình
Người thích đọc tin tức thế giới

Phần này gồm 4 mục chính:

● Nhân khẩu học chi tiết

● Sở thích và thói quen

● Họ đang tích cực nghiên cứu hoặc lập kế hoạch những thứ gì

● Cách họ đã tương tác với doanh nghiệp của bạn

Nếu như bạn đã xác định rõ chân dung đối tượng khách hàng của mình, hãy nhập đầy đủ những thông tin về nhóm đối tượng đó. Bên cạnh đó, Google đưa ra rất nhiều gợi ý cho bạn về những ý tưởng bên cạnh, bạn chỉ cần lựa chọn và nhấp vào tệp đối tượng đúng với sản phẩm/dịch vụ của của mình.

Bên cạnh đó, bạn có thể lựa chọn phương thức Remarketing cho

những khách hàng đã sử dụng sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp, để tạo sự gắn bó, tin tưởng doanh nghiệp hơn.

- **Nội dung** nơi bạn muốn quảng cáo của mình hiển thị

Nội dung: nơi bạn muốn quảng cáo của mình hiển thị
Thu hẹp phạm vi tiếp cận của bạn bằng cách sử dụng Từ khóa, Chủ đề hoặc Vị trí
Từ khóa
Bất kỳ từ khóa nào
Chủ đề
Mọi chủ đề
Vị trí đặt
Bất kỳ vị trí nào

● Từ khóa: Nhập từ khóa mà bạn muốn quảng cáo của mình hiển thị. Tùy thuộc vào định dạng quảng cáo video của mình, bạn có thể hiển thị quảng cáo video dựa trên các từ hoặc cụm từ--từ khóa--liên quan đến video trên Youtube, kênh Youtube hoặc loại trang web mà đối tượng của bạn quan tâm.

● Chủ đề: Nhắm mục tiêu quảng cáo video của bạn vào các chủ đề cụ thể trên Youtube và Mạng hiển thị. Nhắm mục tiêu theo chủ đề cho phép bạn tiếp cận nhiều video, kênh và các trang web liên quan đến chủ đề mà bạn chọn. Ví dụ: bạn nhắm mục tiêu vào chủ đề "Ô tô", sau đó, quảng cáo của bạn sẽ hiển thị trên Youtube với những người đang xem video về xe hơi.

● Vị trí đặt: Ví dụ bạn thấy một chủ đề nào đó có liên quan đến sản phẩm/dịch vụ của mình đang quảng cáo, bạn có thể đặt quảng cáo ngay trên kênh đó.

Bạn ấn chuột vào ***Kênh trên Youtube***, tiếp đó ***Copy link video mà bạn muốn hiển thị quảng cáo*** trong kênh Youtube của bạn, sau đó ***Paste vào ô Chọn nhắm mục tiêu theo vị trí của bạn***.

- Giá thầu

Với những chiến dịch nhắm mục tiêu, bạn có thể chọn giá thầu CPM với giá thầu khoảng 500 - 1000đ. Sau một ngày chạy quảng cáo, phía Google sẽ trả báo cáo để bạn có thể tối ưu lại mức thầu đó.

Hãy cân nhắc việc thay đổi giá thầu cho quảng cáo để tăng khả năng hiển thị của nó cho người xem quan tâm. Người xem chọn xem quảng cáo khám phá video của bạn và thể hiện mong muốn tương tác với thương hiệu của bạn, thì bạn nên tăng giá thầu trên những định dạng này. Ngược lại, nếu bạn quan tâm nhiều hơn đến lượt xem, lưu lượng truy cập vào trang web hoặc nâng cao

nhận thức về thương hiệu, hãy cân nhắc việc tăng giá thầu cho định dạng trong luồng để tăng khả năng người xem thấy được ít nhất một phần quảng cáo của bạn.

- Tạo video quảng cáo

Trong mục ***Tìm kiếm video hoặc dẫn URL từ Youtube***, bạn chỉ cần vào kênh của mình và copy dòng URL của một video trên kênh Youtube của bạn mà bạn muốn chạy quảng cáo, sau đó nhấn chọn ***định dạng quảng cáo video,*** điền ***URL hiển thị, tên quảng cáo***. Cuối cùng ấn ***Lưu và tiếp tục*** là bạn đã hoàn thành xong phần tạo chiến dịch quảng cáo.

Làm thế nào để chạy quảng cáo hiệu quả?

Thứ nhất, bạn cần sự sáng tạo, đây chính là yếu tố tiên quyết cần có. Hãy đảm bảo video bạn tạo cho quảng cáo thật lôi cuốn bởi vì người xem có thể bỏ qua video sau 5 giây. Để giữ cho người xem tập trung trong khi xem video, hãy lưu ý những điều sau:

- Giữ cho video của bạn ngắn và hấp dẫn. Phát các thông điệp quan trọng nhất của bạn ở đoạn đầu video, phòng trường hợp người xem ngừng xem trước khi video phát hết. Tỷ lệ phát giảm xuống đáng kể sau 45 giây.

- Hãy rõ ràng về những gì doanh nghiệp của bạn cung cấp vì video có thể là kênh giao tiếp duy nhất của bạn với người xem của trang web.

- Cung cấp các bước tiếp theo rõ ràng để khách hàng thực hiện sau khi xem hết video. Đó có thể là mua hàng hoặc truy cập vào trang web hay đến trực tiếp cửa hàng của bạn.

Thứ hai, chọn từ khóa và văn bản quảng cáo có liên quan có thể giúp bạn có được nội dung video với mức giá hợp lý trước người xem quan tâm. Bạn nên thử các từ khóa và văn bản quảng cáo khác nhau để đạt được mục tiêu của mình.

Thứ ba, lời kêu gọi phải thực sự thuyết phục. Chắc chắn những video có lời kêu gọi hành động rõ ràng luôn mang lại tỷ lệ chuyển đổi cao hơn so với những video không có lời kêu gọi hành động hoặc lời kêu gọi không rõ ràng phải không? Bên cạnh đó, hãy để lời kêu gọi hành động ở những giây đầu tiên của video để tỷ lệ xem đạt cao nhất.

Thứ tư, tận dụng triệt để cài đặt chiến dịch nâng cao để tối ưu

chiến dịch quảng cáo của bạn. Nhắm tới đúng người có nhu cầu và mong muốn sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp, nâng cao hiệu quả quảng cáo video trên Youtube.

Thứ năm, thực hiện một số nghiên cứu thị trường để xem người xem có nhận xét gì về nội dung có liên quan. Xem nhận xét dành cho các video và trang kênh tương tự.

Cuối cùng, sử dụng Analytics trên Youtube để xem những phần nào của video thu hút người xem của bạn nhiều nhất. Điều này có thể giúp bạn nghĩ ra thêm nhiều ý tưởng.

3.2 Quảng cáo Facebook

Tự động đính kèm video của bạn xuất hiện trên website khi ai đó thích nội dung trên trang web của bạn. Video sẵn sàng được preview, click và viral (lan tỏa) trên Facebook Newsfeed hoặc trang cá nhân của người tương tác với nội dung này. Đây là cách tuyệt vời để tăng khả năng hiển thị nội dung kênh Youtube lên Facebook.

Tích hợp nút like, chèn thẻ đánh dấu dữ liệu thông tin vào mã nguồn website, giúp bạn kiểm soát cách hoạt động trang web của mình khi được chia sẻ trên Facebook, khi khách hàng của bạn thích nó, bình luận hoặc gửi nó cho bạn bè.

Nhúng tab Youtube vào Fanpage Facebook: Đây là một thủ thuật cho Fanpage không thể thiếu cho những ai quản lý những page có kênh Youtube riêng. Thủ thuật này giúp bạn có thêm kênh Youtube vào trong Fanpage bằng cách gắn thẻ tag trong Fanpage.

3.3 Sử dụng phần mềm để thúc đẩy View và Sub cho kênh Youtube

Đây chính là cách thường được sử dụng nhằm mục đích kích thích mua hàng, tạo hiệu ứng đám đông.

Việc sử dụng phần mềm để thúc đẩy View và Sub cho kênh Youtube sẽ mang lại cho bạn những lợi ích như sau:

- Tạo lòng tin cho người xem. Chắc chắn những video có lượng người xem lớn trên Youtube sẽ có uy tín hơn một video chỉ có vài lượt view.

- Giúp video được đánh giá cao bởi các công cụ tìm kiếm, thuận lợi để video được đứng top.

- Dễ dàng tham gia vào các Youtube Network mà không phải chờ đợi lâu, vì một số các network lớn thường sẽ yêu cầu một lượng view nhất định cho kênh của bạn thì mới được tham gia.

Một số công cụ tăng view và sub cho Youtube tốt cho bạn là:

Vagex Viewer

Vagex Viewer là công cụ trao đổi View và Sub mạnh mẽ nhất hiện nay, đồng thời nó còn hỗ trợ bạn tăng like, tăng tương tác cho video một cách tự nhiên.

Ưu điểm:

- Tăng view, like cho Video Youtube

- Tăng sub cho kênh

- View đến từ IP của các nước trên toàn thế giới

- Hỗ trợ tạo hệ thống Aff thông qua link Rep. Bạn sẽ nhận được 15% hoa hồng từ những Account nào đăng ký chạy view qua link Rep của bạn.

Nhược điểm:

- Giao diện tiếng Anh

- Chỉ dùng được 1 tài khoản Gmail/IP

YTBViewer

Là công cụ được phát triển bởi cộng đồng người Việt, YTBViewer được xem là một trong những công cụ trao đổi view, sub uy tín và tốt nhất hiện nay, vì lượng traffic từ công cụ này cho ra đời đều đến từ IP của người Việt.

Ưu điểm:

- Tăng đề xuất, view, sub cho video

- View được nhiều nguồn từ Facebook/Twitter/Pinterest

- View đến từ IP Việt

- 1 tài khoản dùng được trên nhiều máy chủ ảo VPS

- Có công cụ quản lý máy View

- Có cộng đồng lớn của người Việt hỗ trợ sử dụng

Nhược điểm:

- Không có Like video

- 1 video chỉ chạy view được 1 lần/tuần

- Thứ 7 - Chủ nhật hằng tuần bị ngưng thêm Video

- Đăng ký phải chờ duyệt

Youtube SEO iClick

Là phần mềm SEO chất lượng, được đông đảo dân SEO Việt Nam sử dụng.

Ưu điểm:

- Tăng view, sub, like, tương tác bằng bình luận cho video Youtube

- View được từ nhiều nguồn

- Tăng đề xuất nhờ vào việc chủ động Setup view backlink từ các công cụ tìm kiếm

- 1 tài khoản có thể dùng trên nhiều IP và được đồng bộ với nhau

- Thêm nhanh đồng loạt hàng trăm tài khoản email chỉ với 4 thao tác

- Có cộng đồng hỗ trợ người Việt

Nhược điểm:

- Ngốn nhiều CPU và RAM

- Hiện tại khá ít người sử dụng nên lượng View kiếm không nhiều

Seoclerks

Là một thị trường trực tuyến lớn nhất hiện nay, cung cấp dịch vụ tối ưu hóa công cụ tìm kiếm và các công việc khác như: mua view Youtube, sub, like, dịch vụ Facebook, tăng lượt xem web… với một khoản phí nhỏ.

Ưu điểm:

- Có hơn 1000 đề xuất sẵn có trên trang web

- Seoclerks đề xuất những dịch vụ tốt và chất lượng nhất

- Mức giá dao động từ 1$ đến 300$ tùy theo dịch vụ SEO mà bạn yêu cầu

- Phản hồi thông tin và triển khai công việc nhanh chóng

Nhược điểm:

- Bạn phải chi thêm một khoản phí nữa nếu muốn tìm hiểu chi tiết hơn về dịch vụ SEO trên website của Seoclerks.

- Chất lượng view phụ thuộc vào người cung cấp

QQTube

Là một công ty trực tuyến chuyên bán dịch vụ liên quan đến Youtube, cụ thể, họ cung cấp một số dịch vụ tăng lượt like, cả lượt dislike, người đăng kí kênh, cũng như lượt view được nhắm chọn theo vị trí địa lý với giá cực rẻ (ví dụ: 1.8$ cho 1000 lượt view).

Ưu điểm:

- Nhận 1000 views hoặc 50 subscriber miễn phí khi đăng ký tài khoản mới

- Cách đăng ký và sử dụng đơn giản

- View người thật

- Lượt sub, view tăng nhẹ nhàng, đều đặn, an toàn với chính sách của Youtube

- Không cần giao tiếp bằng tiếng Anh với người bán

Nhược điểm:

- Dịch vụ hỗ trợ khách hàng kém

- Giao dịch phải mã hóa

- Gửi quá nhiều URL

Những lưu ý khi sử dụng phần mềm để thúc đẩy View và Sub

cho kênh Youtube

Bạn chỉ nên mua view Youtube hoặc các dịch vụ liên quan đến Youtube trong các trường hợp:

- Kênh Youtube mới, chưa có nhiều subscribe/view.

- Kênh chưa đủ điều kiện bật kiếm tiền từ Youtube.

Khi mua view Youtube, bạn cần lưu ý:

- Kiểm tra kĩ dịch vụ tăng view: Chất lượng view, so sánh giá, support,...

- Video tải lên Youtube để ở chế độ không công khai, chưa Public trong suốt quá trình mua view.

- Để trống tiêu đề (title), mô tả video, cũng như không gắn thẻ tab cho video.

- Tắt chế độ kiếm tiền cho video. Không sử dụng dịch vụ tăng view để kiếm tiền từ lượt view đó.

Sau khi mua view thành công, bạn mới bật chế độ công khai, nhập tiêu đề, mô tả, tab, bật chế độ kiếm tiền. Nên mua từ 5.000 - 10.000 view cho một video hoặc có thể ít hơn.

Nên nạp số tiền Deposit (tiền gửi) dư lên vào tài khoản vì có thể bạn sẽ mua thêm lần sau.

Sau khi đã mua xong, nên cố gắng có được view thực bằng cách chia sẻ, SEO, quảng bá video.

Chương VI
Vấn đề bản quyền trong Youtube

Dù bạn đang hoạt động ở lĩnh vực nào đi chăng nữa thì những yêu cầu về bản quyền luôn là yếu tố quan trọng và bạn cần phải tôn trọng. Trên Youtube cũng vậy, bạn có nghĩa vụ và trách nhiệm phải tôn trọng bản quyền và chỉ được phép tải lên video do chính mình tạo ra hoặc có quyền sử dụng. Điều này có nghĩa là không được tải lên những video không phải do bạn tạo ra hoặc sử dụng nội dung do người khác sở hữu bản quyền trong video của bạn, chẳng hạn như bản nhạc, trích đoạn chương trình có bản quyền hoặc video do người khác tạo ra mà chưa có được sự cho phép cần thiết.

Trên Youtube có các loại bản quyền sau:

- Public Domain: Các tác phẩm âm nhạc, video sau 50 - 70 năm khi tác giả qua đời sẽ không còn bản quyền nữa, tài sản này thuộc sở hữu của nhân loại. (Nhưng có một điều các bạn cần chú ý là: tác giả chơi lại những bản nhạc của các nhà soạn nhạc nổi tiếng đã mất như: Beethoven, Mozart,... có quyền giữ giấy phép nên nếu bạn upload những video có nội dung như vậy lên thì vẫn có thể bị dính vi phạm bản quyền.)

- Creative Comment (CC): Người nắm giữ bản quyền của một tác phẩm nào đó cho phép cộng đồng sử dụng tác phẩm của họ ở mức độ nào đó chứ không phải hoàn toàn.

CC0 (Creative Commons Zero): Được quyền sử dụng tác phẩm không cần phải thông báo cho tác giả.

CC By Attribution License: Bạn được quyền sử dụng trí tuệ của một tác giả nào đó và được quyền chỉnh sửa với mục đích thương mại nhưng phải trích dẫn nguồn và giấy phép của tác giả gốc.

- Fair Use: Có thể trích dẫn hoặc lấy lại một phần nào đó trong tác phẩm của người khác nhưng chú ý là lấy ngắn gọn, đừng copy nguyên vẹn.

Lưu ý: Nếu trích dẫn những đoạn nào đó hay nhất và có khả năng kiếm tiền nhất của tác giả thì tác giả đó vẫn có thể kiện bạn.

1. Nhạc

Nếu bạn quay một clip, sau đó lên mạng tìm một bài nhạc nền bất kỳ nào đó bạn thấy hay và phù hợp rồi lồng ghép vào video của mình, rồi đăng tải lên Youtube, khả năng cao là video của bạn sẽ bị vi phạm bản quyền, nhẹ thì video đó vẫn xem được, vẫn nghe được, nặng hơn thì Youtube sẽ tắt hẳn tiếng của video.

Trên Youtube, người ta thường chia một video ra thành 3 phần (dựa trên giá trị của video): 7,5% sáng tác, 7,5% hình ảnh, 85% âm thanh (đối với mỗi video thì phần trăm hình ảnh và âm thanh có dao động khác nhau). Sáng tác và âm thanh là hai phần dễ bị mắc vi phạm bản quyền nhất và thường xảy ra với những nghệ sĩ Underground[1] hoặc Indie[2], người hát cover (hát trên nền nhạc bài hát gốc), nhạc trong video content[3].

[1] Nhạc underground (tức nhạc ngầm, nhạc dưới đáy ngầm) bao gồm các thể loại âm nhạc không chính thống, và thường có những khác biệt với những thể loại âm nhạc đại chúng, quá mới lạ cho thính giả thông thường. Bất kỳ bài hát nào không được quảng bá một cách công khai đều được coi là nhạc underground. Những ca sĩ thuộc dòng nhạc này thường hoạt động tự do, hoạt động trên mạng Internet, không có những hoạt động như chạy show, quảng bá trên các phương tiện thông tin báo chí, phát hành album.

[2] Indie là dòng nhạc có tinh thần trái ngược với pop. Nếu pop mang tính đại chúng thì Indie được gắn liền với khẩu hiệu "DIY" (Do It Yourself) ngay từ buổi đầu xuất hiện vào những năm 80 và 90. Indie là chữ viết tắt của từ "Independent". Chính đặc tính độc lập của dòng nhạc này đã thu hút các nghệ sĩ, nhóm nhạc vô danh tìm đến và tự do "vùng vẫy", thể hiện cá tính riêng và làm những điều mình thích với âm nhạc. Họ hầu như không bị giới hạn trong một khuôn mẫu nào cả. Indie bao gồm nhiều thể loại, có thể kể ra đây như: grunge, britpop, gothic rock và indie pop.

[3] Video content là một dạng content marketing sử dụng video để truyền tải thông tin truyền thông (từ người gửi) đến khách hàng (người nhận).

Ở phương Tây, người ta không quá chú ý đến điều này, đặc biệt nếu bạn biết cách gửi email (hoặc bất kỳ phương thức nào khác) xin phép chủ sở hữu thì rất hiếm khi bị Youtube "sờ gáy" vì vi phạm bản quyền. Nhưng ở Việt Nam, vấn đề bản quyền rất phức tạp. Nếu muốn mua bản quyền một bài hát ở Việt Nam, bạn phải trả từ một triệu đồng trở lên thì ở trên Audiojungle[4], bạn chỉ cần mất 9$ (tương đương với 208.000 VNĐ). Mức chênh lệch này có thể thấy rất rõ.

[4] AudioJungle hiện nay là 1 trong những website hàng đầu chuyên bán những gói âm thanh chất lượng cao nhằm phục vụ cho những người chuyên về làm video, phim ngắn.

Mỗi khi bạn đưa video lên, Youtube sẽ quét video. Một trong những yếu tố Youtube đặc biệt coi trọng trong việc đảm bảo quyền bản quyền đó là âm thanh nền. Họ đánh giá nhạc nền theo 3 cấp độ bản quyền:

Cấp một, âm thanh miễn phí hoặc không vi phạm bản quyền. Bạn có thể sử dụng nguồn âm thanh này.

Cấp hai, có vi phạm bản quyền nhưng ở mức có thể sử dụng được, tuy nhiên, lúc này, video của bạn không thể dùng để kiếm tiền được hoặc video đó bị xác nhận sở hữu bản quyền âm thanh, bản nhạc trong video thuộc quyền sở hữu của tác giả/công ty khác và quảng cáo xuất hiện trên video mà bạn đăng tải sẽ được tính doanh thu quảng cáo cho công ty đó chứ không phải bạn.

Cấp ba, có vi phạm bản quyền, ở mức không sử dụng được. Lúc này, video của bạn sẽ bị Youtube tắt tiếng và bạn cũng không thể dùng để kiếm tiền được, thậm chí nặng nhất là nó sẽ bị chặn trên toàn thế giới, nhận cảnh cáo bản quyền trên tài khoản. Sau ba lần vi phạm, bạn sẽ bị buộc chấm dứt hoạt động trên kênh Youtube.

Khi tải nhạc xuống, hầu hết bạn sẽ gặp phải trường hợp thứ 2 và thứ 3. Vậy làm sao để bạn có thể tải nhạc lên Youtube mà không bị vướng bản quyền? Có hai cách: Thứ nhất là bạn tự ghi âm. Thứ hai là sử dụng nhạc từ kho nhạc miễn phí của Youtube - Youtube Audio Library. Tại đây, có hơn 150 nghìn bài hát và 100 nghìn hiệu ứng âm thanh của Youtube mà bạn có thể dùng miễn phí. Bạn có thể truy cập vào kho nhạc rộng lớn này tại đường link sau: https://www.Youtube.com/audiolibrary/music

Ngoài ra bạn còn có thể sử dụng những bản nhạc nằm trong phần công cộng. Đó thường là những bản nhạc xuất bản trừ trước năm

1922, ví dụ như các bản nhạc của Beethoven, Mozart... Hoặc những bản nhạc khác mà tác giả cho phép sử dụng miễn phí với cả mục đích thương mại. Có thể kể đến như trang web của nhạc sĩ Kevin MacLeod - Firstcom.com. Hay FreePD, Audio Micro, Soundcloud... cũng là những kho nhạc miễn phí cực lớn cho bạn.

Ngoài ra, để chắc chắn không bị dính vi phạm bản quyền trên Youtube, bạn có thể mua bản quyền nhạc qua những trang dưới đây:

http://audiojungle.net/

http://www.epidemicsound.com/

http://www.Youtube.com/music_policies?ar=&nv=1

...

Còn nếu thực sự vi phạm bản quyền, bạn có thể xử lý theo những cách sau:

- Cắt bỏ đoạn bị cảnh báo

- Thay thế bằng nhạc khác (Gợi ý: từ thư viện của Youtube)

Trong trường hợp đây là nhầm lẫn, bạn nên kháng cáo ngay vì trong thời gian tranh chấp bản quyền, quảng cáo vẫn hiển thị và tích lũy thu nhập cho bên thụ hưởng.

2. Spam

Nếu đã từng làm Email Marketing, chắc bạn không còn xa lạ gì với khái niệm điểm Spam trong Email. Đây là cách Google phân loại Mail đến sẽ nằm trong hộp thư đến hay hộp thư spam. Để tránh tình trạng thư gửi đến bị đánh giá là spam, người gửi phải tính toán để điểm spam càng thấp càng tốt. Tương tự với Youtube, điểm spam là thang điểm mà thuật toán của Youtube tự động quét và chấm cho các kênh mà không có sự can thiệp của con người trong quá trình này và cũng không có ngoại lệ cho bất cứ kênh nào. Sau khi đánh giá điểm spam, trí thông minh nhân tạo AI của Google sẽ nhận biết và tự động ra quyết định xem có khoá kênh của bạn hay không. Qua thời gian, AI tự học hỏi và trở nên ngày càng thông minh hơn. Bởi vậy, những quy định về thang điểm spam cũng thay đổi từng ngày chứ không cố định mãi.

Vậy Youtube dựa trên những yếu tố nào để đánh giá một kênh có

spam hay không và spam ở mức độ nào? Các yếu tố quan trọng phải kể đến gồm có:

Spam bình luận

- Nội dung bình luận lặp đi lặp lại

Đây là dạng spam phổ biến và có nhiều người mắc phải nhất. Lỗi spam này thường gặp ở những người hay đi trao đổi sub (sub chéo: copy một bình luận rồi đi dán dưới nhiều video với mong muốn được trả thật nhiều sub) và những người đơn thuần muốn kênh của mình được tiếp cận với nhiều người hơn nên copy một nội dung và dán ở nhiều nơi mà không biết mình đang cận kề khả năng bị Youtube khóa kênh.

- Nội dung bình luận không liên quan hoặc không có giá trị

Dù bình luận của bạn là duy nhất nhưng nếu bình luận đó không liên quan gì đến nội dung video bạn đang xem hoặc vô giá trị thì cũng bị coi là spam. Nếu lặp lại nhiều lần, bạn có khả năng sẽ bị Youtube khóa kênh.

- Bình luận chứa liên kết

Liên kết mang tính quảng bá sản phẩm cá nhân và không ai thích dưới kênh của mình xuất hiện một liên kết khác cả. Vì vậy, nếu bạn bình luận chứa liên kết quá nhiều sẽ bị Youtube khép vào lỗi spam.

- Bình luận nhiều nhưng xem thì ít

Ta thường thấy lỗi này ở những người comment dạo, muốn có comment thật nhiều nhưng lại không muốn bỏ ra thời gian để xem video. Bạn nên biết rằng, từng đường đi nước bước của bạn đều được Youtube thống kê: bạn xem video này bao nhiêu giây, để lại bao nhiêu bình luận. Chính vì vậy, nếu thời gian xem quá ít chênh lệch với số comment của bạn thì sẽ bị tính là spam. Nhưng có một mẹo giúp bạn tránh lỗi này đó là: hãy kiên nhẫn ngồi xem video trên 2 phút rồi mới comment, như vậy thì bạn sẽ không bị tính là spam.

Spam đăng ký

Nếu trong một thời gian ngắn mà bạn đi đăng ký rất nhiều kênh của người khác thì cũng bị coi là hành vi spam. Ngược lại nếu có nhiều người đăng ký kênh của bạn trong thời gian ngắn nhưng

lượt xem ít thì cũng sẽ bị tính là spam.

Spam video

Nếu bạn đăng một lượng lớn video có nội dung trùng lặp hoặc với mục đích chính là lôi kéo người dùng rời bỏ Youtube để chuyển sang trang web khác thì sẽ bị coi là spam.

Hoặc nếu kênh của bạn có mục đích chính là kiếm tiền từ nội dung của kênh khác thì kênh đó cũng có thể sẽ vi phạm chính sách spam của Youtube.

Spam dữ liệu như tiêu đề, mô tả, thẻ tag, hình thu nhỏ

Tiêu đề, mô tả, thẻ tag, hình thu nhỏ đều nhằm mục đích giúp người dùng biết thêm về nội dung video của bạn vì thế chúng phải liên quan đến video còn nếu không thì sẽ bị đánh giá là spam, đánh lừa người xem.

Spam lưu lượng truy cập giả

Bất kỳ hành động nào làm tăng số lượt xem, lượt thích, nhận xét, lượt đăng ký hoặc các số liệu khác một cách giả tạo bằng cách sử dụng các hệ thống tự động, mua hay thuê từ bên thứ ba thì đều không phù hợp với điều khoản của Youtube. Ngoài ra, bạn cũng không được phép đăng những nội dung chỉ tồn tại nhằm khuyến khích người xem tương tác (như tăng lượt xem, lượt thích, nhận xét…)

Ngoài ra Youtube còn đánh giá bạn vi phạm nguyên tắc spam qua những tiêu chuẩn sau: không có liên kết đến một trang mạng xã hội nào, có những video dài trên 20 phút, không trả lời comment của người dùng, trong phần mô tả video có chứa những link download, đặt tên cho video có chứa cụm từ “Full episode” (bạn phải đặc biệt lưu ý về yếu tố này vì đây là cụm từ thường gắn với tiêu đề của những video lậu, vi phạm bản quyền nghiêm trọng và được Youtube xếp đầu trong danh sách những nguyên tắc xét duyệt spam).

Vậy làm sao để biết được kênh Youtube của mình có vi phạm lỗi spam của Youtube hay không? Có một công cụ không thể thiếu có thể giúp bạn thực hiện điều này đó là **Spam Channel Indicator***(http://www.spam.tm)*. Để kiểm tra điểm spam của kênh mình, bạn chỉ cần truy cập vào link trên, gõ ID kênh hay tên người dùng của bạn sau đó bấm nút tìm kiếm, công cụ sẽ quét kênh và đưa ra kết quả chính xác về những vi phạm spam của bạn (nếu

bạn mắc lỗi spam, công cụ sẽ hiển thị dấu tích xanh bên cạnh).

Sau khi kiểm tra, nếu điểm spam của bạn < 10% thì bạn vẫn ở mức an toàn vì đây là mức spam cho phép; 10 - 30%: bạn nên xem xét lại và tìm cách để giảm mức spam xuống dưới 10%; nếu > 30% thì kênh của bạn đang nằm ở mức nguy hiểm, rất dễ bị "ăn gậy[1]" cộng đồng, thậm chí là bị Youtube xóa kênh.

[1] "Ăn gậy" là một cụm tiếng lóng của những nhà tạo nội dung trên Youtube, ám chỉ về việc bị máy chủ cảnh cáo những nội dung đăng tải không phù hợp.

Những kênh nhỏ thường có điểm spam cao hơn so với những kênh lớn với lượng người theo dõi lớn vì họ không biết được cách tránh những điểm spam không nên có này.

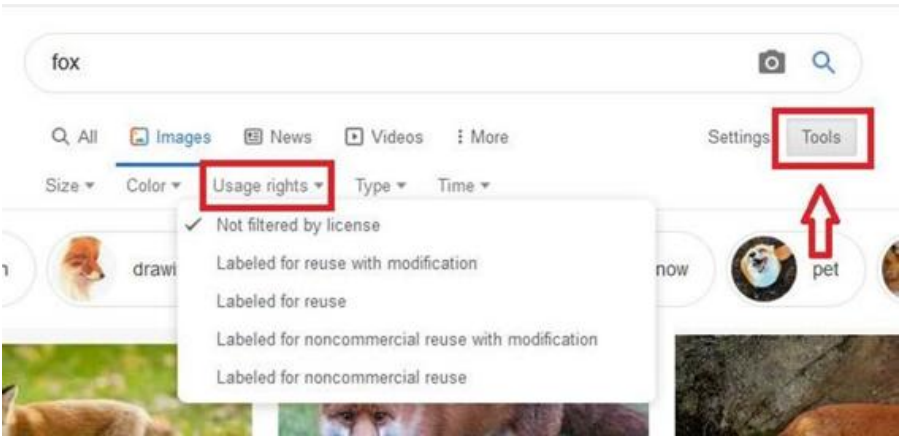
Thực tế, không ai thích spam cả. Vì vậy, bạn không nên tạo mô tả, thẻ, tiêu đề hoặc hình thu nhỏ gây hiểu lầm nhằm tăng số lượt xem. Bạn cũng không nên đăng số lượng lớn nội dung không có đối tượng mục tiêu cụ thể, không phải là nội dung mà người xem mong muốn hoặc nội dung lặp đi lặp lại, bao gồm cả nhận xét và tin nhắn riêng tư chỉ để đạt mục đích câu view hoặc câu like trên Youtube. Bên cạnh đó, các nội dung đưa ra những lời hứa cường điệu, chẳng hạn như tuyên bố rằng người dùng có thể làm giàu nhanh chóng hoặc có một phương pháp điều trị thần kỳ có thể chữa khỏi các bệnh mãn tính (như ung thư) cũng không nên được đưa lên.

3. Bản quyền hình ảnh, video

Những nguồn ảnh chất lượng cho phép bạn sử dụng miễn phí, kể cả với mục đích thương mại như Pixabay.com, Pexels, Picjumbo, Life of Pix, Gratisography... Nếu bạn cần những ảnh theo phong cách cổ điển, hãy tham khảo New Old Stock; cần ảnh liên quan đến chủ đề ẩm thực, ghé Foodie's Feed; cần những video clip và các thước phim HD miễn phí, ghé Mazwai. Trong những trang

web này, thường có 2 phần hình ảnh, một phần miễn phí và những ảnh bản quyền yêu cầu bạn trả tiền. Hãy đọc kỹ điều khoản trước khi tải ảnh hay video về.

Một công cụ phổ biến hơn mà mọi người hay dùng để tìm kiếm hình ảnh đó là Google. Trang tìm kiếm khổng lồ này cũng có công cụ để bạn loại bỏ những nguồn ảnh không đáng tin cậy. Cách sử dụng cụ thể như sau: nhấp vào tools (công cụ), ở mục Usage rights (quyền sử dụng), bạn chọn "labeled for reuse with modification" (được phép dùng lại, có chỉnh sửa), "labeled for reuse" (được phép dùng lại, không chỉnh sửa), "labeled for noncommercial reuse with modification" (được phép dùng lại, có sửa đổi, phi thương mại) hoặc "labeled for noncommercial reuse" (được sử dụng, phi thương mại). Những hình ảnh được gắn nhãn "labeled for reuse" hoặc "labeled for reuse with modification" là bạn có thể sử dụng mà không bị vi phạm bản quyền.



Kiểm tra bản quyền hình ảnh bằng công cụ trên Google

4. Reup

Hiểu một cách đơn giản, reup là sử dụng những video do người khác sáng tạo nên, đăng lên kênh của mình với mục đích kiếm tiền. Thực tế thì reup không phải lúc nào cũng xấu, trừ khi bạn có ý định lợi dụng công sức và trí tuệ của người khác để kiếm tiền. Đa số những video reup đều vi phạm bản quyền và sẽ bị Youtube xóa.

Không thể phủ nhận những ưu điểm, tiện lợi của reup đối với người làm Youtube. Cụ thể, reup giúp bạn tiết kiệm thời gian sản xuất. Thay vì phải tự mình lên ý tưởng, viết kịch bản, sản xuất hình ảnh, xử lý âm thanh... thì khi reup, bạn chỉ cần tìm những

video từ nguồn khác mà bạn thấy có thể thu hút người xem và đăng lên kênh của mình. Cùng với đó, reup giúp bạn tiết kiệm gần như hoàn toàn chi phí để sản xuất video và hạn chế gần như tối đa rủi ro hoàn vốn.

Muốn Reup video, bạn cần tránh các kênh sau

- Các kênh ca nhạc hoặc music background bởi vì các video này rất dễ dính bản quyền (trừ khi bạn tham gia multi channel - đa kênh cho phép sử dụng các bản nhạc của họ để kiếm tiền).

- Các kênh kiểu dạng prank (chơi khăm), kênh tiếng Việt vì rất dễ dính bản quyền hình ảnh.

- Những kênh có dấu tích "V" vì nó đã được xác minh đăng ký.

Những video nên chọn để reup

- Video các cuộc thi chung kết game quốc tế, truyền hình thực tế.

- Video đã được tạo từ lâu và đã được bật kiếm tiền.

- Video hài nhưng chưa liên kết với các multi channel.

Cách reup video và tải lên Youtube

Cách 1: Chọn reup các video cho phép phối lại

Để reup các video mà không vi phạm bản quyền, bạn hãy chọn video cho phép phối lại tức là chủ nhân của video cho phép người khác phối lại nó. Khi cover lại video, phần doanh thu từ quảng cáo của bạn sẽ được chia % cho chủ sở hữu của nó (phần chia này vẫn chưa được Google công bố cụ thể).

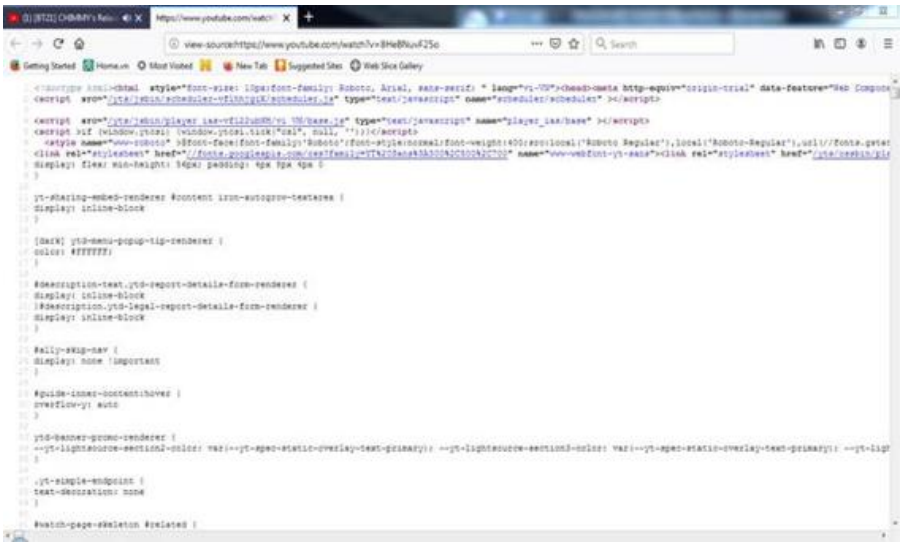
Cách 2: Sử dụng tubeplus.fbtarget.com để kiểm tra các video không có bản quyền.

Cách 3: Dịch lại các video tiếng nước ngoài, chèn Sub.

Cách 4: Sử dụng một số phần mềm chỉnh sửa video như Proshow Producer, Camtasia Studio 8.0,... để tạo ra video mới bằng cách thực hiện một số thao tác đơn giản: thu nhỏ video; tạo Power Tool làm mờ hình ảnh; chèn thêm hiệu ứng vào video; quay màn hình, cắt viền cạnh và các đoạn không cần thiết.

Cách 5: Chọn video không có bản quyền bằng phương pháp thủ công

Đầu tiên, bạn cần mở video mình muốn kiểm tra bản quyền, sau đó nhấn "Ctrl + U" để view source video đang xem. Tiếp tục nhấn "Ctrl + F" để sử dụng chức năng tìm kiếm, nhập vào hộp tìm kiếm nằm bên góc trái dưới màn hình cụm từ "meta name=attribution". Nếu sau chữ content là một chuỗi không có nghĩa thì bạn có thể reup video đó, còn nếu ngược lại nghĩa là video này đã có bản quyền.



View Source hiện trên màn hình sau khi bấm Ctrl + U

Khung tìm kiếm xuất hiện sau khi ấn Ctrl + F

Cụm từ có nghĩa nên đây là video có bản quyền

Nguồn: ischoolvietnam.com

Ngoài ra, bạn có thể sử dụng tiện ích Heartbeat có sẵn trong Google Chrome để xác định bản quyền của video và xem thêm một số thông tin về video đó. Tất cả những gì bạn cần làm là truy cập vào trình duyệt Google Chrome, vào phần tiện ích tìm tiện ích Heartbeat và chọn tải về, bật tiện ích này lên, sau đó tắt và mở lại trình duyệt Google Chrome. Khi truy cập lại vào Youtube, bạn sẽ nhận được thông báo của tiện ích nằm bên dưới video.

Cách 6: Cài đặt Plugin vidIQ

Sau khi cài đặt xong, hãy đăng ký một tài khoản và xem thông tin về video được vidIQ cung cấp bên dưới. Để xác định video này có bản quyền hay không, hãy xem mục MCN, nếu xuất hiện dòng chữ "scale lab" thì có nghĩa là video đã được bảo vệ bản quyền, còn nếu là "None", tức video không có bản quyền thì bạn có thể thoải mái reup video này.

Tuy nhiên, việc reup video chỉ mang đến những lợi ích trước mắt mà vẫn có rất nhiều rủi ro tiềm ẩn. Chỉ cần một video trên kênh bị khiếu nại bản quyền, toàn kênh của bạn có thể bị xoá. Có nhiều trường hợp, người chủ kênh đã tốn rất nhiều công sức để đăng tải các video và nhận được lượng theo dõi và xem lớn, nhưng chỉ cần sơ sẩy đăng một video reup thì một ngày bất kỳ nào đó kênh này đều có thể bị Youtube xóa ngay lập tức. Đây có thể xem là hình thức kiếm tiền theo kiểu ăn xổi và không bền vững.

Nhằm bảo vệ bản quyền cho tác giả, Youtube ngày càng siết chặt hơn việc kiểm soát. Năm 2018, Youtube cho ra mắt công cụ

Copyright Match giúp chủ video kiểm tra xem các thành phần trong video của mình có bị đánh cắp bởi một kênh nào khác không. Khi kích hoạt tính năng này, Copyright Match sẽ báo "Có" cho chủ nhân video nếu có một bản sao video của họ xuất hiện trên Youtube. Nếu có sự sao chép, chủ video có thể lựa chọn một trong những giải pháp: không làm gì cả, liên lạc với người sao chép nội dung hoặc yêu cầu Youtube huỷ bỏ video sao chép này. Người đăng đầu tiên sẽ là người được Copyright Match công nhận là chủ nhân của video.

5. Những quan niệm sai lầm phổ biến về bản quyền trên Youtube

Quan niệm 1: Ghi công chủ sở hữu bản quyền nghĩa là bạn có quyền sử dụng nội dung của họ.

Việc ghi công chủ sở hữu bản quyền không đồng nghĩa với việc bạn được phép sử dụng nội dung video của họ. Hãy chắc chắn rằng bạn có quyền sử dụng tất cả các yếu tố chưa có giấy phép trong video của mình trước khi tải nó lên Youtube.

Quan niệm 2: Tuyên bố rằng video "phi lợi nhuận" có nghĩa là bạn có thể sử dụng bất kỳ nội dung nào.

Nếu bạn tuyên bố video mình tải lên "chỉ nhằm mục đích giải trí" hoặc "phi lợi nhuận" thì như vậy là chưa đủ, bạn vẫn có thể bị khiếu nại về vấn đề bản quyền. Khi bàn đến Nguyên tắc sử dụng hợp lý, Tòa án sẽ xem xét kỹ mục đích sử dụng để đánh giá xem việc bạn đăng video này lên có hợp lý hay không. Mục đích "phi lợi nhuận" sẽ được ưu tiên xem xét nhưng không có tác dụng tự động biện hộ cho hành động sử dụng video của người khác mà không có sự cho phép của đối phương.

Chú thích: Sử dụng hợp lý là học thuyết pháp lý cho biết bạn có thể tái sử dụng tài liệu được bảo vệ bản quyền trong một số trường hợp nhất định mà không phải xin phép chủ sở hữu bản quyền.

Nguyên tắc sử dụng hợp lý bao gồm:

- Mục đích và đặc điểm sử dụng, bao gồm cả xem xét việc sử dụng đó có mang bản chất thương mại hay vì các mục đích giáo dục phi lợi nhuận hay không.

- Bản chất của tác phẩm có bản quyền.

- Số lượng và phần thực chất được sử dụng so với toàn bộ tác

phẩm có bản quyền.

- Hiệu quả sử dụng đối với thị trường tiềm năng hoặc giá trị của tác phẩm có bản quyền.

Quan niệm 3: Những người sáng tạo khác làm vậy nên bạn cũng có thể làm vậy.

Ngay cả khi đã có những người "an toàn" đăng video kiểu này lên trên Youtube thì cũng không đồng nghĩa với việc bạn cũng có quyền đăng nội dung đó. Đôi khi chủ sở hữu có thể cho phép một số nhưng không phải tất cả những tác phẩm của họ được xuất hiện trên Youtube. Ngoài ra còn có trường hợp các video rất giống nhau lại thuộc quyền sở hữu của nhiều người khác nhau và chỉ một người trong đó có thể cấp phép và số còn lại thì không.

Quan niệm 4: Bạn có thể sử dụng nội trong trong một CD hoặc DVD hoặc nội dung trên iTunes mà bạn đã mua.

Việc bạn đã mua một nội dung không có nghĩa là bạn hoàn toàn sở hữu bản quyền để đăng tải nội dung đó lên Youtube. Ngay cả khi bạn ghi nhận tên chủ sở hữu bản quyền trong phần mô tả thì việc đăng video có chứa nội dung mà bạn đã mua vẫn có thể vi phạm luật bản quyền.

Quan niệm 5: Không có vấn đề gì khi bạn tải lên video chứa nội dung bạn tự ghi lại từ TV, rạp chiếu phim hoặc đài phát thanh.

Việc bạn tự ghi lại nội dung nào đó không phải lúc nào cũng có nghĩa là bạn sở hữu bản quyền nội dung đó khi đăng lên Youtube. Nếu nội dung đã quay phim bao gồm nội dung bản quyền của người khác chẳng hạn như nhạc nền thì bạn vẫn cần thiết xin phép chủ sở hữu bản quyền.

Quan niệm 6: Tuyên bố rằng bạn "không cố ý vi phạm bản quyền".

Những cụm từ tuyên bố từ chối trách nhiệm không đồng nghĩa với việc bạn được chủ sở hữu cho phép đăng hay sử dụng nội dung đó.

Quan niệm 7: Nội dung có bản quyền nhưng chỉ xuất hiện một vài giây thì không sao.

Khi bạn sử dụng nội dung có bản quyền nhưng không được cấp phép thì dù chỉ dùng vài giây đi chăng nữa, bạn vẫn có thể bị xóa

video khi Content ID xác nhận quyền sở hữu hoặc bị chính chủ sở hữu yêu cầu gỡ bỏ.

6. Những công cụ quản lý bản quyền của Youtube

Youtube cung cấp nhiều công cụ giúp chủ sở hữu bản quyền bảo vệ và quản lý nội dung của họ trên Youtube. Đó là những cá nhân hoặc tổ chức có nhu cầu bản quyền lớn, thường xuyên gửi yêu cầu gỡ bỏ do vi phạm bản quyền sử dụng. Nếu tự nhận thấy bản thân không nằm trong nhóm trên, bạn có thể sử dụng Biểu mẫu web yêu cầu gỡ bỏ do vi phạm bản quyền.

6.1 Copyright Match Tool

Chức năng

Copyright Match Tool sẽ tìm tất cả các bản tải lại lên trùng khớp với video gốc của bạn trên các kênh Youtube khác. Sau khi công cụ này tìm thấy một video trùng khớp, bạn có thể xem xét video đó trong Youtube Studio và chọn hành động mà mình muốn thực hiện.

Công cụ này dùng để tìm các video trùng khớp toàn bộ hoặc như gần như toàn bộ với video của bạn, bao gồm cả các trường hợp đã thay thế âm thanh hoặc lồng tiếng cho video.

Copyright Match Tool hiện chỉ được cung cấp cho những kênh tham gia Chương trình Đối tác Youtube. Nhưng không có nghĩa là những người không đủ điều kiện không thể sử dụng công cụ này, bạn cần điền vào một biểu mẫu mà Youtube cung cấp để xem Copyright Match Tool hoặc các công cụ khác có phù hợp với bạn hay không dựa trên các nhu cầu về quản lý bản quyền của mình.

Cách hoạt động

Khi bạn tải video gốc lên Youtube, công cụ này sẽ quét tất cả các video được tải lên sau video của bạn để kiểm tra xem có bất kỳ video nào trong số đó có nội dung trùng khớp với video của bạn hay không.

Vì công cụ này sử dụng thời điểm tải video lên để quyết định xem người nào sẽ nhận được kết quả về video trùng khớp nên điều quan trọng là bạn phải là người đầu tiên tải nội dung đó lên Youtube (ở chế độ công khai, riêng tư hoặc không công khai). Chính vì thế, hãy thường xem kiểm tra để xem công cụ này tìm thấy những video mới nào.

Cách sử dụng

Nếu đủ điều kiện sử dụng công cụ này, bạn sẽ thấy phần Bản quyền trên trình đơn bên trái trong Youtube Studio. Hãy theo dõi tab Video trùng khớp để xem danh sách những video được tải lên Youtube có nội dung tương tự với video của bạn mà công cụ này tìm thấy.

Bạn có thể thực hiện một số hành động khi xem xét video trùng khớp trong công cụ này, tùy vào cách bạn muốn quản lý các quyền của mình:

- Lưu trữ: Bạn có thể di chuyển video trùng khớp đến tab Lưu trữ mà không thực hiện hành động nào đối với video đó. Về sau, bạn vẫn có thể thực hiện hành động đối với các video đó nếu muốn.

Thông báo cho chủ sở hữu kênh đó: Liên hệ với kênh đã tải lên video để thông báo với họ rằng hệ thống đã tìm thấy bản reup của họ trùng khớp với video của bạn. Bạn có thể tiếp tục trao đổi với họ để đưa ra quyết định cuối cùng.

- Yêu cầu xóa: Gửi yêu cầu pháp lý đề nghị Youtube xóa video trùng khớp khỏi trang web.

● Báo trước 7 ngày: Gửi thông báo yêu cầu xóa video trước 7 ngày. Sau đó, nếu họ không xóa video thì video đó sẽ bị Youtube tự động gỡ bỏ và người reup video có thể sẽ phải nhận cảnh báo vi phạm bản quyền.

● Yêu cầu xóa ngay: Thông báo yêu cầu xóa video sẽ được gửi trực tiếp đến Youtube. Sau khi video trùng khớp bị gỡ bỏ, kênh tải video đó có thể sẽ phải nhận cảnh báo vi phạm bản quyền.

Lưu ý:

- Sử dụng công cụ Copyright Match Tool một cách có trách nhiệm: Việc sử dụng sai, bao gồm cả việc cố ý hoặc lạm dụng quy trình xóa video do vi phạm bản quyền hoặc tìm cách thăm dò hay áp dụng kỹ thuật đảo ngược hệ thống so khớp có thể khiến bạn mất đi quyền sử dụng công cụ này, bị tạm ngưng hoạt động, thậm chí là bị chấm dứt quan hệ đối tác với Youtube hoặc đối mặt với các hậu quả pháp lý khác.

- Như đã nói ở trên, công cụ này dùng để tìm các video trùng khớp toàn bộ hoặc gần như toàn bộ với video của bạn. Vậy nên, nếu một người nào đó sử dụng một đoạn trích ngắn, một phần của video

(ví dụ như chỉ âm thanh trong video) thì công cụ này không thể phát hiện video đó. Trong trường hợp đó, bạn có thể báo cáo vi phạm bằng cách sử dụng Biểu mẫu web về bản quyền để yêu cầu xóa video bất cứ lúc nào.

- Một số nguyên nhân khiến Copyright Match Tool không thể quét tìm video trùng khớp với một trong các video của bạn:

● Bạn không phải là người đầu tiên tải lên video trên Youtube.

● Video đó đã được Content ID bảo vệ.

● Video đó có thông báo xác nhận quyền sở hữu qua Content ID.

- Không phải hễ một video sử dụng nội dung của bạn thì có nghĩa là video đó vi phạm bản quyền. Bạn không nên gửi yêu cầu gỡ bỏ do vi phạm bản quyền cho nội dung mà bạn không sở hữu độc quyền, chẳng hạn như nội dung trong phạm vi công cộng, thuộc trường hợp sử dụng hợp lý hoặc trường hợp ngoại lệ về bản quyền nào khác do đó không cần xin phép sử dụng lại.

- Công cụ này chỉ có chức năng phát hiện và thông báo đến người bị vi phạm bản quyền để người đó quyết định chứ không thể tự động gỡ bỏ các video trùng khớp trên Youtube.

6.2 Chương trình xác minh nội dung

Chức năng

Chương trình xác minh nội dung dành cho những chủ sở hữu bản quyền thường xuyên có nhu cầu xóa nội dung ra khỏi Youtube và đã liên tục gửi nhiều yêu cầu gỡ bỏ hoàn chỉnh, hợp lệ (thường là những công ty giữ bản quyền).

Công cụ này cho phép chủ sở hữu bản quyền tìm kiếm nội dung mà họ cho là vi phạm, cung cấp cho Youtube thông tin đầy đủ hợp lý và đưa ra yêu cầu gỡ bỏ do vi phạm bản quyền cho nhiều video cùng một lúc.

Cách sử dụng

Bạn có thể thực hiện theo các bước sau để tìm kiếm nội dung và gửi thông báo bản quyền.

Bước 1: Đăng nhập với tư cách là người quản lý nội dung

- Đăng nhập vào tài khoản chương trình xác minh nội dung trên

Youtube, nhấp vào biểu tượng kênh ở vị trí trên cùng bên phải rồi nhấp vào *Chuyển đổi tài khoản.*

Màn hình sẽ hiện ra một danh sách bao gồm các tài khoản Google mà bạn có quyền truy cập. Nếu có quyền truy cập vào hệ thống quản lý nội dung, bạn sẽ thấy tên chủ sở hữu nội dung có dòng chữ "Người quản lý nội dung" ở bên dưới.

- Chọn tên chủ sở hữu nội dung và Youtube sẽ chuyển sang tài khoản chủ sở hữu nội dung.

Bước 2: Tìm kiếm video

- Chuyển đến phần *Xác nhận thủ công quyền sở hữu* trong *Trình quản lý nội dung* của Youtube Studio và nhập tiêu chí tìm kiếm (hoặc từ khóa) vào Hộp tìm kiếm.

- Youtube sẽ so sánh từ khóa này với tiêu đề, nội dung mô tả, thẻ và các siêu dữ liệu khác của video. Bạn có thể nhập tên người dùng, mã nhận dạng kênh để giúp hệ thống tìm thấy video do một người cụ thể tải lên. Hoặc sử dụng bộ lọc dựa trên các tiêu chí khác như thời lượng video hoặc ngày đăng tải.

Bạn phải tự tay bỏ chọn những video mà mình không muốn gửi yêu cầu gỡ bỏ bằng cách sử dụng ký tự "-". Vì khi bạn nhập cụm từ tìm kiếm mới, các video đã chọn sẽ không tự động đặt lại.

- Bên cạnh các video liên quan đến cụm từ được hiển thị đều có một hộp kiểm nhỏ. Nếu video có thông báo xác nhận quyền sở hữu đang hoạt động thì các thông báo đó sẽ hiển thị ở cuối bên phải của hàng. Và bạn chỉ cần nhấp vào hộp kiểm bên cạnh mỗi video mà bạn muốn báo cáo vi phạm.

Bước 3: Gửi yêu cầu gỡ bỏ do vi phạm bản quyền

- Sau khi chọn xong những video vi phạm, hãy nhấp vào nút *Hành động* ở đầu trang đó rồi chọn trình đơn thả xuống *Gỡ bỏ*.

- Nhấp vào mục *Chọn nội dung* để cung cấp thông tin nhận dạng chính xác cho tác phẩm có bản quyền của bạn trong trường hợp tác phẩm bị cáo buộc vi phạm. Bạn có thể chọn một trong hai cách sau:

- Chọn nội dung có sẵn

- Tạo nội dung mới

Thông tin mô tả hợp lệ bao gồm: tiêu đề chương trình, tiêu đề phim, tiêu đề bài hát.

- Nhấp vào hộp kiểm bên cạnh phần tuyên bố ở cuối trang nếu bạn Đồng ý. Bạn cần nhập Họ và tên đầy đủ của mình vào chỗ trống quy định để làm chữ ký điện tử. Sau đó chọn *Gửi*.

Bước 4: Rút đơn khiếu nại

Nếu muốn rút đơn khiếu nại vi phạm bản quyền nội dung video trên Youtube, bạn có thể làm như sau:

- Chuyển đến phần *Xác nhận quyền sở hữu* trong thanh điều hướng của Trình quản lý nội dung.

- Tìm kiếm bằng ID video hoặc tìm kiếm video có liên quan trong danh sách rồi nhấp vào ô *Tìm kiếm bên cạnh*.

- Nhấp vào nút Tác vụ, chọn Hủy bỏ xác nhận quyền sở hữu rồi chọn Áp dụng hoặc nhấp vào *Quyền sở hữu của bạn* rồi nhấp vào nút *Rút lại*.

6.3 Content ID

Content ID là hệ thống giúp chủ sở hữu bản quyền dễ dàng quản lý tài sản trí tuệ cho họ trên Youtube. Công cụ này phù hợp cho những bên sở hữu độc quyền rất nhiều nội dung gốc như hãng thu âm hoặc hãng phim…

Cách hoạt động

Khi một video mới được tải lên Youtube, nó sẽ được quét đối chiếu với một cơ sở dữ liệu tệp mà các chủ sở hữu bản quyền đã gửi. Nếu Content ID tìm thấy nội dung trùng khớp với một trong các tác phẩm bạn đã gửi thì bạn có thể:

- Chặn toàn bộ video để không ai có thể xem được.

- Kiếm tiền từ video đó bằng cách chạy quảng cáo trên đó hoặc nếu video đã chạy quảng cáo, bạn có thể chia sẻ doanh thu với người tải lên.

Theo dõi số liệu để thống kê lượng người xem video.

Lưu ý

- Những hành động này đều phụ thuộc vào từng quốc gia cụ thể.

- Content ID không phải là công cụ cho mọi người dùng. Nếu vô ý sử dụng công cụ này sai mục đích có thể gây hậu quả nghiêm trọng cho Youtube và những người tham gia khác. Vì vậy, bạn phải liên tục quản lý đồng thời nắm rõ về bản quyền ở cấp cao.

Chủ sở hữu bản quyền sử dụng Content ID phải đảm bảo nội dung của họ anh toàn và đủ điều kiện sử dụng công cụ này như:

● Bạn phải có độc quyền về bản quyền sở hữu đối với tài liệu trong tệp tham chiếu cho những lãnh thổ mà bạn xác nhận quyền sở hữu.

+ Nội dung không được bên thứ ba cấp phép độc quyền.

+ Nội dung được phát hành theo giấy phép Creative Commons hoặc giấy phép miễn phí/mở tương tự.

+ Cảnh quay, bản ghi âm hoặc sáng tác thuộc phạm vi công cộng.

+ Đoạn video từ các nguồn khác được sử dụng theo Nguyên tắc sử dụng hợp lý.

+ Phân cảnh lối chơi video (do người khác, không phải do nhà xuất bản trò chơi tạo).

● Nội dung tham chiếu phải đủ khác biệt. Một số nội dung không đủ điều kiện để sử dụng làm tệp đối chiếu hoặc trong một tệp đối chiếu như: Hiệu ứng âm thanh, nền âm thanh hoặc đoạn nhạc lặp lại; Bản ghi âm karaoke, bản cải tiến chất lượng âm thanh, bản ghi âm và một số nội dung lồng tiếng,...

● Tệp tham chiếu riêng cho từng phần sở hữu trí tuệ. Một số nội dung không đủ điều kiện để sử dụng làm tệp đối chiếu như: nội dung ghép/bộ sưu tập, danh sách kết hợp DJ liên tục, bản biến đổi của một tác phẩm gốc (Mashup), danh sách đếm ngược, bản ghi âm đầy đủ của album,...

● Bản nhạc gốc trong trò chơi điện tử (như nhạc gốc hoặc nhạc nền dành riêng cho một trò chơi điện tử,...) là tệp tham chiếu hợp lệ chỉ khi thuộc sở hữu của nhà phát hành trò chơi điện tử.

Chính sách này không áp dụng cho nhạc nền phổ biến được cấp phép ban đầu không được tạo cho trò chơi.

● Nội dung được bán hoặc cấp phép theo quy mô để lồng ghép vào các tác phẩm khác phải được gửi đi để xem xét.

- Nếu không thể trực tiếp sử dụng Content ID, bạn có thể hợp tác với một nhà cung cấp dịch vụ bên thứ ba, ví dụ như: !K7 (ở Đức); 090 Media, Animoto và Above Average Productions (ở Mỹ); Absolute Label Services và AWAL Digital Limited (ở Anh),...

Chương VII
Các mạng đa kênh về Youtube

1. Tổng quan

Ở Việt Nam, phần lớn các Youtuber đều lựa chọn việc reupload nội dung để kiếm tiền từ Youtube, do đó việc tham gia vào mạng đa kênh được xem là giải pháp tốt nhất. Một số khác tự tạo ra nội dung có thể đăng ký Google Adsense để không phải ăn chia với đơn vị thứ ba, thế nhưng trường hợp này dễ trục trặc về vấn đề bản quyền, quảng bá nội dung… Với sự bảo lãnh của mạng đa kênh, các video của bạn có thể bật kiếm tiền một cách dễ dàng, được xác nhận bản quyền video, hạn chế tình trạng reupload nội dung/video của bạn trên các kênh khác, thêm vào đó là hình thức thanh toán đa dạng, dễ dàng. Vì vậy, với những người đang sở hữu cho mình một kênh Youtube tiềm năng thì việc tìm hiểu về mạng lưới đa kênh (hay network) là vô cùng quan trọng.

Vậy mạng lưới đa kênh là gì?

Các mạng lưới đa kênh (Multi-Channel Network (MCN)) hay network là một trong những giải pháp tốt nhất cho việc kiếm tiền trên Youtube ngoài Google Adsense (mạng lưới quảng cáo được phát triển bởi Google). Mạng đa kênh là những công ty tập hợp nhiều Youtube Partner liên hệ trực tiếp với Youtube bằng một hợp đồng và họ được toàn quyền quản lý về bản quyền, kinh doanh, quảng cáo, phát triển các đối tác của họ. Bạn sẽ không cần đăng ký Google Adsense để nhận tiền từ Youtube, do mạng đa kênh sẽ đứng giữa để nhận tiền thanh toán Youtube cho bạn.

Như vậy, mạng đa kênh chính là cầu nối trung gian cho các Youtuber và hệ thống quản trị của Youtube. MCN làm việc như một công ty thiết lập tài khoản với Youtube và hệ thống quản trị của Youtube CMS (hệ thống dùng cho ContentID), công ty có thể

thêm bất kỳ ai ký hợp đồng cho CMS của họ và cho phép người dùng (và chủ tài khoản CMS) sử dụng các chính sách kiếm tiền, chặn và theo dõi. “Kiếm tiền” cho phép các video tạo ra lợi nhuận, còn “chặn” ngăn các truy cập tới video, “theo dõi” cho phép chủ động xem các phân tích các nội dung “reupload” và vi phạm bản quyền.

Có thể hiểu, mạng đa kênh (MCN) là đại lý cấp dưới của Youtube. Họ được chia sẻ một phần lợi nhuận từ tài khoản Google Adsense của chủ kênh Youtube. Chính vì thế mà họ có trách nhiệm giúp chủ kênh Youtube trong việc bật content ID để phát triển các kênh reup, hoặc xử lý các vấn đề về vi phạm hoặc tranh chấp.

Phân loại mạng đa kênh

Mạng đa kênh được chia làm hai loại kênh khác nhau theo mạng Youtube của kênh đó:

- Kênh liên kết: do mạng đa kênh quản lý theo quy mô và thuộc chủ sử hữu nội dung liên kết.

- Kênh có sở hữu điều hành: đây là những kênh do MCN sở hữu và điều hành. Đồng nghĩa với việc MCN đã có quyền đối với nội dung trên Youtube và quản lý các kênh có sở hữu và điều hành hằng ngày.

Ký hợp đồng với MCN

Hợp đồng MCN mang tính ràng buộc pháp lý, do vậy điều quan trọng là bạn phải đưa ra quyết định sáng suốt. Hãy tham khảo thêm ý kiến từ tư vấn pháp lý của riêng mình.

Khi đã tham gia vào MCN, bạn cần đảm bảo hiểu một số điều như sau:

- Phí do mạng tính

- Dịch vụ và mức hỗ trợ cụ thể được cung cấp cho kênh

- Nghĩa vụ của bạn đối với mạng

- Thời hạn hợp đồng

- Cách chấm dứt thỏa thuận

Doanh thu và thanh toán

Khi tham gia vào MCN, tất cả doanh thu của bạn sẽ được chảy qua tài khoản Adsense của MCN và họ sẽ có quyền truy cập vào dữ liệu doanh thu trong Youtube Analytics của bạn. MCN sẽ không tác động đến doanh thu của bạn với Youtube, nhưng họ sẽ lấy một phần trăm doanh thu từ phần của người sáng tạo trước khi thanh toán.

Một số MCN cũng mang đến cơ hội doanh thu bổ sung, ví dụ như tài trợ thương hiệu hoặc nhóm bán hàng dành riêng, giúp tổng thu nhập cho kênh của bạn tăng lên. Hãy đảm bảo những dịch vụ này đã được nêu trong điều khoản hợp đồng của bạn.

Xóa quyền truy cập vào MCN khỏi kênh của bạn

Nếu bạn là một người sáng tạo liên kết và hợp đồng cho phép bạn làm như vậy thì bạn có thể yêu cầu xóa quyền truy cập vào MCN khỏi kênh. Nếu rời khỏi MCN, bạn cần thiết lập tính năng kiếm tiền và liên kết tài khoản của mình với Google Adsense để tiếp tục kiếm tiền và được thanh toán.

Lưu ý: Trước khi xóa quyền truy cập, bạn cần phải xem lại điều khoản hợp đồng với MCN. Trong trường hợp hợp đồng vẫn còn hiệu lực, việc xóa quyền truy cập có thể không miễn cho bạn bất kỳ nghĩa vụ pháp lý nào và bạn có thể vi phạm hợp đồng. Lúc này bạn cần trao đổi lại với MCN hoặc tư vấn pháp lý riêng.

Ưu điểm và hạn chế khi tham gia mạng đa kênh

- Ưu điểm

● Tham gia mạng đa kênh đồng nghĩa với việc mất đi một phần thu nhập, nhưng đổi lại bạn sẽ nhận được sự hỗ trợ từ công ty, tránh rủi ro bị khóa tài khoản.

● Phân phối quảng cáo trên kênh của bạn.

● Bảo vệ bản quyền video khi có ai sao chép video của bạn, có thể gỡ video vi phạm đó xuống.

● Giúp kênh của bạn được thực hiện quảng cáo trên hệ thống marketing của họ.

● Tổ chức đào tạo, hướng dẫn cách tạo video hay, thu hút.

● Cung cấp kho tài nguyên: âm nhạc, hình ảnh, điều kiện để xuất video chất lượng.

● Được giao lưu với các creators khác nhau.

● Thực hiện nhiều phương thức thanh toán hơn Google Adsense (qua tài khoản ngân hàng, Paypal, Western Union…).

● Hỗ trợ nhanh các vấn đề liên quan đến kênh, tài khoản có vấn đề, video không hoạt động, quảng cáo không hiện...

- Hạn chế

● Mất một phần doanh thu từ Youtube cho mạng đa kênh, mức phí tùy thuộc vào các MCN quy định.

● Thời gian thanh toán có thể bị chậm trễ, không đều như Google Adsense.

● Việc đăng ký khó hơn Google Adsense, phải đáp ứng nhiều yêu cầu.

● Một số chủ đề bị cấm.

● Một số mạng đa kênh chết kênh sẽ không trả tiền.

Như vậy, bên cạnh một số hạn chế khi tham gia mạng đa kênh thì chủ kênh Youtube nhận được khá nhiều quyền lợi khi tham gia vào mạng này. Tuy nhiên nếu là chủ kênh, bạn cần tìm một mạng đa kênh uy tín và có chính sách phù hợp với mình. Và hãy đọc kỹ bản hợp đồng trước khi ký kết với họ.

2. Giới thiệu về các mạng đa kênh hàng đầu

Việt Nam được xem là một thị trường rất nhiều tiềm năng và đầy sáng tạo về xu hướng video. Đặc biệt ngày càng có nhiều nhà sáng tạo quan tâm đến việc tham gia mạng lưới Youtube. Chính vì vậy, cần có các đơn vị có đủ tiềm lực về kỹ thuật, chuyên môn, đặc biệt là khả năng truyền thông mạnh mẽ để giúp cho cộng đồng sáng tạo Youtube Việt Nam và Youtube toàn cầu. Hiện nay đã có sự tham gia của rất nhiều network, bao gồm cả trong nước và quốc tế. Thế nhưng số lượng các mạng đa kênh uy tín, sở hữu kênh và đối tác hàng đầu cũng như chính sách và lợi ích hấp dẫn thì không nhiều. Tại Việt Nam có các mạng đa kênh như: BBTV, Metub, Pops là một trong những đơn vị có uy tín trong lĩnh vực kinh doanh mạng lưới đa kênh ở Việt Nam.

BBTV Network

BroadbandTV Network (BBTV Network) là công ty hoạt động trong lĩnh vực giải trí kỹ thuật số thành lập năm 2005 bởi Giám đốc điều hành Shahrzad Rafati. Công ty hiện sở hữu tài sản video lớn thứ ba trên thế giới sau Google và Facebook, có trụ sở chính đặt tại Vancouver,British Columbia,Canada. Và là một trong các network Youtube lớn nhất và phát triển nhanh nhất trên toàn thế giới.

Ngoài mạng lưới của mình, BroadbandTV cung cấp dịch vụ quản lý trọn gói và các giải pháp công nghệ nhằm tăng độ phủ cho các nhà sáng tạo độc lập và các công ty truyền thông trên nền tảng Youtube.

Cơ hội toả sáng online
BBTV kết nối bạn với cộng đồng sáng tạo lớn nhất thế giới, cung cấp nhiều công cụ hỗ trợ và cơ hội độc quyền dành cho bạn để phát triển thương hiệu online của mình.
THAM GIA BBTV
Cộng đồng
34+

Quyền lợi của đối tác khi tham gia BBTV network:

- Hỗ trợ nhiệt tình, nhanh chóng từ các tư vấn viên Việt Nam và đội ngũ supporter của BBTV (*support@bbtv.com*).

- Hỗ trợ báo cáo bản quyền kênh reup video của bạn và yêu cầu gỡ/ xóa video hoặc chuyển doanh thu về cho bạn.

- Tư vấn phát triển kênh: Đối với kênh có trên 10K subs hoặc 50K view/tháng, bạn có thể yêu cầu chuyên gia của BBTV tư vấn riêng.

- Thiết kế banner, avatar theo yêu cầu của bạn (đối với kênh trên 50K view/tháng).

- Hỗ trợ công nghệ: Dưới đây là những công cụ sáng tạo hỗ trợ cho việc sản xuất video mất phí (từ 50$ đến 80$). Tuy nhiên khi là thành viên của BBTV, bạn sẽ được truy cập hoàn toàn miễn phí hoặc nhận được ưu đãi đặc biệt.

VISO - là công cụ sáng tạo tích hợp dành cho đối tác của BBTV. Với VISO, bạn có thể dễ dàng sử dụng những ứng dụng công nghệ độc quyền như VISO Community hay VISO Chat, kèm theo cả chức năng được các nhà sáng tạo ưa thích như Catalyst dành cho Chrome - công cụ giúp tối ưu hóa kênh (tiêu đề, miêu tả, thẻ tag).

Epidemic Sound - Kho âm thanh hơn 25.000 bài hát, bạn có thể tự do sử dụng mà không phải lo lắng về vấn đề vi phạm bản quyền.

Hootsuite: với công cụ này, bạn có thể sử dụng mạng xã hội thật đơn giản mà không tốn nhiều thời gian với mức ưu đãi đặc biệt. Bạn có thể kết nối tới 35 trang mạng xã hội phổ biến hiện nay và quản lý chúng thật đơn giản. Khi truy cập vào bảng điều khiển, Hootsuite giúp bạn dễ dàng đăng bài mới, bình luận và tương tác trên tất cả các tài khoản mạng xã hội mà bạn sở hữu.

Adobe: Đối tác của BBTV, bạn có thể nâng tầm cho video với khuyến mãi đặc biệt cho gói Premiere Pro và Adobe Creative Cloud.

- Thanh toán uy tín, 1$ cũng được thanh toán.

Tiêu chí để trở thành đối tác của BBTV:

Để trở thành đối tác của BBTV, kênh của bạn phải thỏa mãn điều kiện sau:

- Lượng view ít nhất 1000 views trong 28 ngày gần nhất (không yêu cầu lượng sub).

- Nội dung không vi phạm bản quyền, có sáng tạo.

- Kênh ở trạng thái tốt/kênh đang bật kiếm tiền.

(Các kênh sẽ bị BBTV từ chối: Kênh có dấu hiệu dùng thủ thuật gian lận, kênh sử dụng hình ảnh liên quan đến các nhãn hiệu lớn như Marvel, Disney (Spiderman, Elsa…)).

Tỷ lệ chia doanh thu:

BBTV có tỷ lệ doanh thu từ 6/4 đến 9/1 tùy theo lượng view của kênh tham gia.

Những Youtuber Việt Nam chọn hợp tác với BBTV đều không phải những người nổi tiếng ngay từ đầu mà là những người xây dựng kênh cho riêng mình rồi mới bắt đầu nổi tiếng, lan tỏa sức ảnh

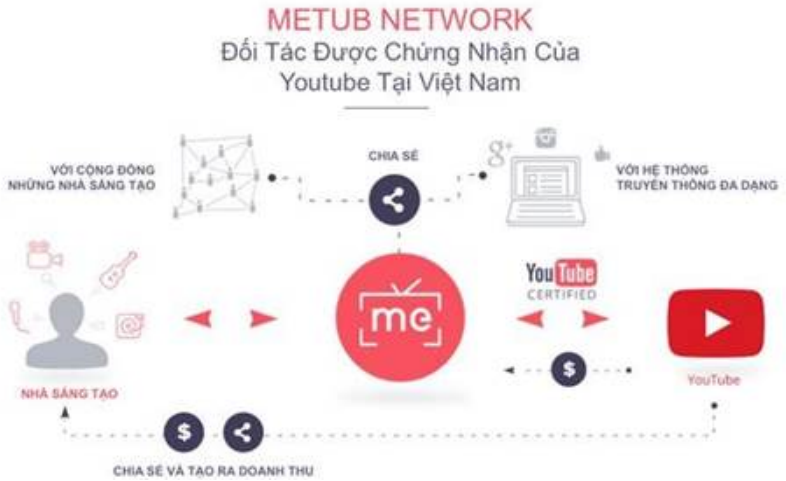
hưởng đến cộng đồng, có thể kể đến như: Thơ Nguyễn (với 7,02 triệu người đăng ký theo dõi trên kênh chính Thơ Nguyễn, 946 nghìn người đăng ký trên kênh phụ Thơ Nguyễn Family và 159 nghìn người đăng ký cho kênh phụ Tho Nguyen Animation), Tuấn Trung Tá (314 nghìn người đăng ký), Cà Chua Đỏ (2,08 triệu người đăng ký), TXT CFVN (3,74 triệu người đăng ký).

Để biết thêm thông tin về dự án và cách thức tham gia mạng lưới đối tác của BBTV, bạn có thể truy cập vào website chính thức của BBTV Network: https://partnership.bbtv.com/vn.

METUB Network

Metub network là một dự án phát triển bởi Công ty Truyền thông trực tuyến Netlink, đã trở thành đối tác của Youtube và được chứng nhận tại Việt Nam. Các hoạt động hợp tác chính thức bắt đầu từ tháng 10/2014. Hiện nay, mạng lưới của Metub Network có hơn 800 kênh nội dung, tạo ra hơn 1 tỷ lượt xem hằng tháng, tiếp cận hơn 12 triệu người trẻ theo dõi tại Việt Nam.

Metub chính là cầu nối giữa nhà sáng tạo nội dung video (Creator) với người xem. Cách thức hoạt động của Metub khá đơn giản. Bằng ý tưởng sẵn có, những nhà sáng tạo sẽ gây dựng một video có nội dung hay và sức lan tỏa lớn, sau đó đăng tải và chia sẻ nó tới cộng đồng của mình. Người xem video sẽ tận hưởng những video có nội dung chọn lọc, hấp dẫn. Từ đó, họ sẽ bắt đầu chia sẻ nó tới bạn bè của mình để có được những trải nghiệm thú vị như họ, hoặc đơn giản hơn chỉ là muốn gửi đi một thông điệp nào đó đến người họ yêu mến. Đây gọi là hiệu ứng lan truyền, nó sẽ xảy ra với cấp số nhân và lượng người xem video sẽ từ đó mà tăng nhanh chóng.



Cách vận hành của Metub network

Quyền lợi của đối tác khi tham giaMetub network:

Nhiệm vụ của Metub chính là đảm bảo một mạng lưới thông suốt để video của các nhà sáng tạo được lan truyền rộng rãi tới nhiều đối tượng người xem. Đồng thời thống kê và tạo ra lợi nhuận dành cho các nhà sáng tạo nhằm thúc đẩy việc tạo ra nội dung chất lượng hơn trong tương lai. Bên cạnh doanh thu, các nhà sáng tạo sẽ nhận được sự hỗ trợ, tư vấn phát triển thương hiệu và vận hành các dự án quảng cáo, truyền thông trên Youtube; hỗ trợ triển khai nội dung và các dự án sáng tạo video; hỗ trợ các vấn đề liên quan đến việc sáng tạo Video, sản phẩm; định hướng triển khai và bảo vệ bản quyền nội dung trên Youtube.

Tiêu chí để trở thành đối tác của Metub network:

- Tài khoản Youtube đang ở trạng thái tốt

- Kênh đã bật được chức năng kiếm tiền trên Youtube, phải đạt được 4000 giờ xem trong vòng 12 tháng gần nhất và có tối thiểu 1000 Subscribers.

Thông tin về hoạt động kiếm tiền từ Youtube:

- Các video của bạn không được vi phạm bản quyền nhạc số, copy nội dung của người khác đã có quyền sở hữu.

- Nội dung video phải phù hợp với các quy định về Bản quyền và Nguyên tắc cộng đồng của Youtube.

Tỷ lệ chia doanh thu:

Doanh thu của bạn sẽ phụ thuộc vào:

- Có bao nhiêu người click xem video của bạn? Họ đến từ đâu?

- Loại quảng cáo được kích hoạt trong video của bạn là gì?

Một số Youtuber tiêu biểu hợp tác với METUB như: Sơn Tùng M-TP (với 3 triệu người đăng ký theo dõi, 850 triệu thời gian xem, 852 triệu lượt xem), Min (587 nghìn người đăng ký, 220 triệu thời gian xem, 235 triệu lượt xem), Trắng TV (với 1,4 triệu người đăng ký, 250 triệu thời gian xem, 413 triệu lượt xem).

Ngoài ra còn có một số Youtuber người nổi tiếng khác như: Hoàng Thùy Linh, Noo Phước Thịnh, Hòa Minzy, Trấn Thành, Tóc Tiên, Thu Minh,...

Để biết thêm thông tin về dự án và cách thức tham gia mạng lưới đối tác của Metub, bạn có thể truy cập vào website chính thức của Metub Network: www.metub.net.

POPS Worldwide

POPS là đơn vị tiên phong trong lĩnh vực kinh doanh nội dung giải trí kỹ thuật số ở Đông Nam Á. Được thành lập từ năm 2008 đến nay, POPS Worldwide được biết đến là một trong những Network uy tín hàng đầu tại Việt Nam và trở thành đối tác đầu tiên được chứng nhận bởi Youtube năm 2012. Những con số thống kê từ network Youtube POPS cho thấy hiện nay POPS Worldwide quản lý hơn 1000 kênh, có hơn 95 tỷ views, 135 triệu đăng ký kênh.

Quyền lợi của đối tác khi tham gia network POPS Worldwide

Với lợi thế là network uy tín, tiên phong tại Việt Nam, POPS Worldwide sẽ mang tới cho đối tác nhiều lợi ích vượt trội.

- Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp hỗ trợ, tư vấn các về các vấn đề như: quản lý kênh, phát triển kênh và hỗ trợ bản quyền.

- Truyền thông, quảng bá sản phẩm đến đông đảo khán giả.

- Hợp tác khai thác tối đa, bảo vệ bản quyền, quyền lợi, hỗ trợ tối đa để đối tác phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực kỹ thuật số.

- Cung cấp dịch vụ cho các thương hiệu, doanh nghiệp tận dụng tiềm năng từ các nội dung kỹ thuật số để tiếp cận đối tượng mục tiêu.

- Kho nội dung khổng lồ đến từ các đối tác trong nước và quốc tế lẫn các nội dung do POPS Worldwide tự sản xuất, bạn có thể reup các nội dung này với điều kiện được chủ sở hữu nội dung cho phép.

Tiêu chí để trở thành đối tác của POPS Worldwide:

- Kênh có nội dung tốt, sáng tạo, đã được bật kiếm tiền.

- Kênh phải có 1000 subscribers trên Youtube, 4000 giờ xem trong 12 tháng.

- Nội dung trên kênh không vi phạm bản quyền.

Tỷ lệ phân chia doanh thu:

Tại POPS Worldwide, cách chia lợi nhuận thứ hai được áp dụng, mức chia tỷ lệ hết sức linh động, tối đa có thể lên đến 9/1 (Đối tác - POPS).

Ở Việt Nam, phần lớn những Youtuber đều là những người nổi tiếng, có sẵn sức ảnh hưởng, chọn hợp tác với POPS như: Anh Đức, Đàm Vĩnh Hưng, Bảo Anh, Trúc Nhân, Tuấn Hưng, Hoài Linh, Trường Giang, Hồng Vân, Cát Phượng,...

Để biết thêm thông tin về dự án và cách thức tham gia mạng lưới đối tác của POPS Worldwide, bạn có thể truy cập vào website chính thức của POPS Worldwide: www.popsww.com.

Trên đây là một số các kênh Youtube Network được nhiều

Youtube Partner hiện nay lựa chọn, tùy thuộc vào mục đích và chất lượng kênh của mình, bạn có thể lựa chọn tham gia mạng đa kênh phù hợp và đảm bảo lợi ích. Bên cạnh đó, bạn có thể tham khảo một số mạng đa kênh nổi tiếng khác như: Freedom MCN, Yeah1 Network, Network Youtube Điền Quân, Network Youtube RIAV...

Lời cảm ơn

Youtube là một kênh truyền thông hữu hiệu giúp cho các doanh nghiệp, cá nhân xây dựng được thương hiệu cho chính mình. Cuốn sách **"Xây dựng thương hiệu qua kênh Youtube"** hé mở ra một cánh cửa giúp bạn khẳng định bản thân, tạo được danh tiếng cũng như kiếm thu nhập từ chính kênh này. Kiếm tiền nhờ Youtube đang là một phương pháp cực kỳ hứa hẹn cho những ai tìm hiểu sâu và nắm rõ "luật chơi".

Xin gửi lời cảm ơn chân thành tới anh Hoàng, chị Hạnh, Thắm Vũ, Thu Hà, Đoàn Chinh đã cùng hỗ trợ làm nên nội dung cuốn sách này. Cảm ơn đội ngũ cộng sự đã cùng tỉ mẩn, chỉn chu mọi thứ từ nội dung cho đến thành phẩm, để có cuốn sách được hoàn thiện gửi đến quý độc giả như ngày hôm nay.

Và dĩ nhiên lời cảm ơn cũng được gửi tới độc giả - những người đã, đang và sẽ đọc cuốn sách, là người mà chúng tôi vẫn luôn thầm biết ơn. Sự ủng hộ của các bạn là nguồn động lực để chúng tôi tiếp tục hoàn thiện và ra mắt những ấn phẩm mới về chuyên ngành trong thời gian sắp tới. Ở chặng đường phía trước, hi vọng rằng chúng tôi luôn có bạn là người đồng hành!

Ngoài ra, nếu có bất cứ đóng góp nào về nội dung cuốn sách hay có những cơ hội chia sẻ và hợp tác vui lòng liên hệ qua Email: hotro@sunbook.vn hoặc inbox fanpage MZ Book, chúng tôi luôn sẵn sàng lắng nghe những phản hồi, góp ý để cải thiện nội dung cuốn sách và mang lại nhiều giá trị lớn hơn cho cộng đồng.

MZ Book